

Guía *práctica* de ESCRITURA y REDACCIÓN

Las ***Guías prácticas del Instituto Cervantes*** nacen con la intención de facilitar el conocimiento del español mediante unas obras de contenido riguroso y sencillo manejo, avaladas por el prestigio de esta institución.

Esta ***Guía práctica de escritura y redacción,*** cuarto título de la colección, ofrece consejos y propone técnicas para establecer una relación estimulante, enriquecedora y productiva con la escritura.

Son muchas las circunstancias en que tenemos que comunicarnos por escrito, ya sea con una persona o con un ente público. Esto obliga a recurrir a fórmulas, pasar a otro código, a otro mundo con reglas propias que necesitamos conocer para que el texto producido refleje claramente nuestra intención. Es decir, que sea adecuado, correcto y eficaz desde el punto de vista comunicativo.

Ayudar a conseguirlo, de forma fácil y accesible a todo el mundo, es el objetivo de la *Guía práctica de escritura y redacción*. En ella encontraremos no solo las reglas básicas de expresión, sino también cómo componer un texto y cómo elegir el modelo de escrito adecuado a cada situación.





Guías prácticas del Instituto Cervantes

ESCRITURA y REDACCIÓN

Guías prácticas del
Instituto Cervantes

Guía *práctica* de ESCRITURA y REDACCIÓN







Guías prácticas del
Instituto Cervantes

Guía *práctica* de ESCRITURA y REDACCIÓN

Catalina Fuentes Rodríguez


ESPASA



Diseño de interior y maquetación: Elena Costa Krämer
Diseño de cubierta: Jesús Sanz

Impreso en España / *Printed in Spain*
Impresión: Unigraf, S.L.

Editorial Espasa Libros, S.L.U.
Madrid

El papel utilizado para la impresión de este libro es cien por cien libre de cloro y está calificado como papel ecológico.

Índice

Prólogo

El Instituto Cervantes, en consonancia con sus objetivos de promoción de la lengua española y difusión de la cultura de España y de los países de habla hispana, lleva a cabo iniciativas diversas de carácter divulgativo para poner a disposición de los hispanohablantes de todo el mundo recursos eficientes que faciliten el uso correcto de nuestro idioma.

La colección Guías prácticas del Instituto Cervantes es uno de esos recursos en constante desarrollo, como viene a mostrar este nuevo título, *Guía práctica de escritura y redacción.* Como los tres anteriores, esta obra bebe de las últimas teorías de la lingüística y divulga la más reciente actualización de la norma culta panhispánica, en esta ocasión con el fin de orientar al usuario no especializado en una correcta expresión escrita.

Redactar un escrito es una tarea que tenemos que afrontar con frecuencia. Para hacerlo no basta con conocer la lengua. Hay que organizar las ideas, disponerlas de forma comprensible y utilizar una presentación adecuada. El escrito debe progresar de forma fluida para que nuestro lector entienda claramente nuestro propósito. Ayudar a conseguirlo, de forma fácil y accesible a todo el mundo, es el objetivo de esta *Guía práctica de escritura y redacción.*

El principio rector que la anima es el mismo que ha guiado la creación de los anteriores títulos de la colección: ofrecer al usuario del español un instrumento eficaz para conocer y hacer suyo el idioma. La obra, en concreto, presenta las bases necesarias para componer textos correctos en español. Más aún: textos correctos, apropiados, adecuados y eficaces desde el punto de vista comunicativo. La corrección es necesaria, pero no se limita a la palabra, al sonido o al uso de un mecanismo gramatical, sino que se extiende a aspectos más globales: a la organización y estructuración de todo el material lingüístico, para que transmita con éxito nuestra intención comunicativa.

Este nuevo título participa también de los principios de claridad, concisión y precisión expositivas que caracterizaban los tres primeros. Esto se logra con un lenguaje llano y sencillo, por una parte, y con una exposición claramente estructurada, por otra. Partiendo del carácter comunicativo de todo texto escrito, la obra analiza cómo organizar y desarrollar las ideas e informaciones que se quieren transmitir, teniendo en cuenta el contexto lingüístico. Con numerosos ejemplos procedentes de textos reales, se van señalando los errores de composición y redacción más frecuentes y se ofrecen propuestas para solventarlos, mientras se profundiza en la formación de las frases, los párrafos, el léxico que debe utilizarse, la elección del tipo textual adecuado a cada situación…

La obra se organiza en tres bloques. En el primero se ofrecen unos criterios generales sobre qué es el texto, cuál es su fin y cómo debe adaptarse a la situación comunicativa en que se produce (coherencia). En el segundo se describe la estructura del texto: cuáles son sus partes, cómo se organizan sus párrafos, qué elementos de relación hay que usar, cómo organizar las ideas y darles forma para que surja un producto que exprese la intención del emisor.

En el tercero, por último, se analizan los distintos tipos de textos. Cada formato discursivo supone un modo de llegar al receptor, al que ofrece una determinada visión de la información. Y exige, claro está, unas estrategias diferentes. Todo ello se aborda en este tercer bloque desde dos perspectivas: una descriptiva, en la que se analizan las características y los componentes de cada tipo textual, y otra práctica, productiva, en la que se propone un taller de textos, para producir los escritos más frecuentes que se emplean en la vida cotidiana. Para ello se muestran estrategias eficaces y algunos trucos para conseguirlo. De forma paralela, se exponen comunicaciones inadecuadas, erróneas, aunque frecuentes, indicando, además, qué información transmiten nuestros errores.

Esta obra acerca, de manera sencilla y a todo tipo de público, la investigación más avanzada en análisis del discurso. De esta manera la reflexión metodológica y el estudio empírico se dan la mano para llegar a la práctica y ofrecer unas técnicas de composición que permiten conocer desde dentro el proceso de creación textual, sus secretos y mecanismos, para poderlos emplear en nuestro propio beneficio. Todo ello se explica en un lenguaje accesible y con una gran cantidad de ejemplos y textos reales, procedentes de las fuentes más diversas.

La buena construcción, correcta, coherente y fluida es la línea maestra de toda composición. Al cuidado del lenguaje se une el cuidado del producto visual, pero también de la imagen del receptor, que exige adecuar el léxico a las circunstancias socioculturales y personales de este. Al mismo tiempo, el texto es un producto histórico que surge en un momento determinado y se ve influido por la situación que lo rodea. Este componente también afecta a la redacción.

Esta nueva guía del Instituto Cervantes se une a las tres ya publicadas, *Ortografía práctica del español, Gramática práctica del español* y *Guía práctica del español correcto.* Las completa y remite a ellas a todos los interesados que deseen resolver dudas sobre elementos concretos de nuestra lengua. De este modo el lector adquirirá, sin duda, una enriquecedora visión de conjunto. Confiamos en que esta *Guía práctica de escritura y redacción* sea de utilidad a todos aquellos que deseen mejorar su expresión escrita para convertirla en vehículo de expresión verdadero y eficaz de sus ideas, intereses, emociones y sentimientos.

Carmen Caffarel
Directora del Instituto Cervantes



Preliminares.

¿Qué es un texto?

Guía práctica de escritura y redacción



§ I.1 Cómo comunicarse por escrito: el texto



§ 1.1 El texto como comunicación

■ En muchas ocasiones tenemos que comunicarnos por escrito, ya sea con una persona o con un ente público. Esto obliga a recurrir a fórmulas, pasar a otro código, a otro mundo que tiene sus propias reglas. Usar las mismas que en la conversación diaria es un error, que puede llegar a tener graves consecuencias.

■ Generalmente optamos por:

- Escribir tal como hablamos.
- Intentar adaptarnos al estilo «libresco», imitando expresiones y construcciones que hemos oído y que no nos son naturales.

■ El efecto, en uno y otro caso, no es positivo. Necesitamos, pues, conocer las estrategias que el medio escrito impone, teniendo en cuenta unos principios básicos:

- Es una **comunicación.** Es decir, pretendemos que el otro reciba una información lo más adaptada posible a nuestra intención. Por tanto, debemos volcar nuestros pensamientos de forma exacta. El escrito debe ser un reflejo fiel de lo que queremos decir, como si nos leyeran la mente.

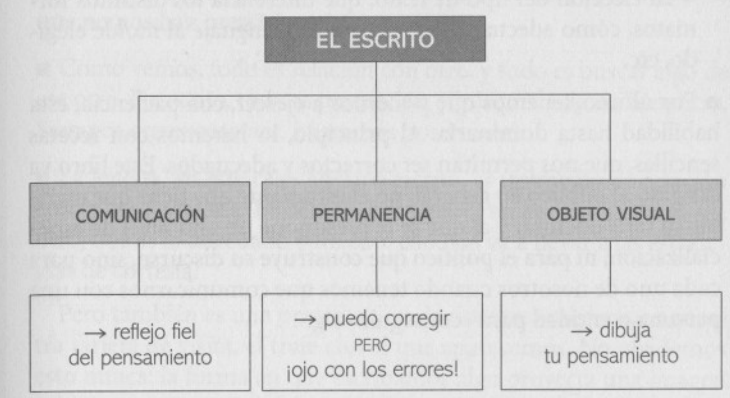
- No hay que olvidar que el escrito **permanece:** puede volver a leerse. Esto tiene una ventaja y un inconveniente. Ventaja: nos da la oportunidad de corregir y revisar, antes de enviarlo. Inconveniente: también el receptor puede releerlo varias veces. Nos interesa, por tanto, que no lleve «errores» o «tics» que puedan ser descubiertos en una segunda lectura, aunque en la primera se pasaran por alto, porque eso puede dar una imagen negativa de nosotros.

- El escrito es un **objeto visual.** Es, primero, una imagen que se percibe globalmente y luego se procesa (se lee) el contenido. Lo saben muy bien los publicistas. Todos debemos ser como ellos y dominar el espacio en la página, «dibujar» lo que queremos decir. Esto va a condicionar nuestra configuración del escrito, la disposición de los párrafos, etc.

■ Un ejemplo concreto nos ayudará a entenderlo. Comprobad la diferencia entre la exposición que acabo de hacer de estas características, con esta otra:

EL ESCRITO:
COMUNICACIÓN → *reflejo fiel del pensamiento*
PERMANENCIA → *puedo corregir, PERO ¡ojo con los errores!*
OBJETO VISUAL → *dibuja tu pensamiento*

O usando un diagrama:



Son recursos distintos para fines y tipos de texto también distintos.

§ 1.2 Un nuevo código que hay que dominar

■ Este tipo de comunicación tiene, por tanto, un código algo diferente al habla diaria. ¿Por qué? Porque sus circunstancias son distintas. Cuando hablamos necesitamos hacerlo sobre la marcha, titubeamos, tenemos que rellenar los silencios, pensar al mismo tiempo y, por tanto, usamos elementos de «relleno», muletillas. También nos corregimos, aclaramos, especificamos, hasta llegar a lo que pretendíamos. El texto escrito no tiene esos condicionantes y debe ofrecer el producto final. No es un boceto, sino un cuadro terminado. Aprovechemos, pues, esta oportunidad para usarla en nuestro beneficio. Podemos hacerlo.

■ Muchos se ven ante el escrito como coartados porque no conocen las reglas y se sienten dentro de un corsé que les impide comunicarse. ¿Cómo solucionar esto? Evidentemente, exige entrenamiento y aprendizaje, conocer una serie de reglas, que intentaremos mostrar de forma clara, sobre:

• La construcción de los enunciados, de las frases: qué términos debemos usar y en qué orden, qué palabras evitar, qué registro elegir, etc.

• La construcción de los párrafos: cómo construirlos y cómo ligarlos hasta obtener el texto. Qué extensión deben tener, qué mecanismos relacionantes debemos usar, etc.

• La elección del tipo de texto: qué diferencia los distintos formatos, cómo adecuar la estructura y el lenguaje al molde elegido, etc.

■ Por último, tenemos que ponernos a ejercer, con paciencia, esta habilidad hasta dominarla. Al principio, lo haremos con recetas sencillas, que nos permitan ser correctos y adecuados. Este libro va dirigido al público en general, no al estudiante que tiene que escribir su tesis doctoral y al que se le presupone un alto nivel de especialización, ni para el político que construye su discurso, sino para cada uno de nosotros cuando tenemos que comunicarnos con una persona o entidad para «conseguir» algo.



I.2 ¿Para qué escribir bien?

■ La palabra «conseguir» aparece entre comillas porque siempre buscamos algo cuando escribimos: disculparnos, ser amables, conseguir o reforzar la amistad con alguien, protestar, conseguir que nos devuelvan lo que nos han quitado, reclamar unos servicios que no nos han prestado, etc.

■ Como vemos, todo es relación con otro, y todo es buscar algo de ese otro. Por tanto, todo es *persuasión*, y búsqueda de un beneficio. Siempre *argumentamos*, buscamos CONVENCER.

■ La lengua, en este caso nuestro escrito, es un medio de relación con la otra persona. Debemos, pues, tener en cuenta quién es ese otro, qué es lo adecuado para él. Y ello nos va a llevar a las estrategias de cortesía.

Pero también es una presentación de nosotros mismos, es nuestra tarjeta de visita, el traje con el que aparecemos. No olvidemos esto nunca: la forma en que escribamos algo proyecta una imagen sobre nosotros: nuestro carácter, si somos inseguros o autosuficientes, nuestro nivel de formación académica, nuestra cultura, nuestro origen geográfico, hasta nuestra pulcritud o desaliño, y, según algunos, nuestra situación mental del momento: confusión, claridad, mezcla de ideas…

■ Algunos piensan que se conoce la formación y el nivel sociocultural y económico de una persona por su forma de comunicarse. Tenemos que conseguir, pues, que todos podamos redactar un escrito con propiedad, de manera que no se nos tilde de tener un «nivel bajo» cuando no lo somos, aunque nuestra situación socioeconómica sea precaria. La lengua es gratis, se nos da a todos y podemos utilizarla cuantas veces queramos. Así que practiquemos y lleguemos al máximo nivel. Nadie puede quitarnos el derecho a ello.

■ Para estar en igualdad de condiciones necesitamos adquirir unas estrategias, unas sencillas recetas para tener éxito en esta empresa. El objetivo es que el otro sepa qué queremos, y hacerlo de forma adecuada. Hay unos patrones que debemos respetar, pero sin caer en sus redes, para que se entienda lo que queremos decir. Es un difícil equilibrio, que en la realidad no siempre se cumple, pero que puede adquirirse.



■ En suma, ¿para qué escribir bien?

- Para conseguir nuestro objetivo comunicativo. Es decir, para que nos entienda el otro y conseguir el fin que nos hemos trazado: si es un texto administrativo, que se realicen los trámites. Si es una declaración de amor, que el otro se sienta movido a aceptarla.
- Para dar una buena imagen.
- Para informar de algo.
- Para influir en el interlocutor.
- Para expresarnos.

■ El texto es un espejo de lo que somos; por tanto, debemos, al principio, decidir qué pretendemos hacer con él. El texto refleja:

- Nuestra cultura.
- Nuestro dominio del lenguaje.
- Nuestro origen social.
- El lugar donde nacimos y/o vivimos.
- Nuestra ideología.
- Nuestra psicología.
- Nuestras costumbres.

Pero también nos permite crear un personaje, otro yo que oculte aquellos «defectos» que no nos gustan. Esto es más difícil en el habla, pero fácil en lo escrito.

■ Imaginemos que queremos promocionar nuestro negocio. Acabamos de montar una juguetería y ponemos un anuncio en el periódico local, hacemos carteles que pegamos y repartimos por nuestro barrio. Y lo diseñamos así:

ALONDRA

Nueva jugetería

Si quieres que tus niños tengan en Nabidad el ojeto que quieren,

Ben akí,

Tenemos los mejores precios

Y un gran surtido que les encantará

Alondra

C/ del pez, n. 15.

Tu jugetería

■ ¿Qué ocurre con este texto? ¿Qué cambiarías?

- Aciertos:
  - Tiene toda la información.
  - No repite.
  - No tiene datos innecesarios.
  - La forma de argumentar para atraer es convincente. Pero, ¿por qué no nos gusta?
- Defectos:
  - Hay errores ortográficos muy graves, que nos llevan a pensar que el dueño es inculto: *jugetería, Nabidad, ojeto, ben, akí*.
  - Podríamos jugar con los tipos de letra, esto ayudaría en el diseño.

■ De igual modo, nos podemos encontrar grandes vallas publicitarias en la carretera que pongan:

> Si buscas un sofá, siga por esta carretera y en 10 minutos encontrará el Gran Centro Del Sofá.

Pasamos del tú (*buscas*) al usted (*encontrará*). Entendemos el mensaje, pero la impresión es negativa, sobre todo si lo comparamos con las características de este género, que es muy cuidado y elaborado.

■ Otras veces el error viene de elegir el registro o tipo de texto inadecuado al fin que se quiere conseguir. Por ejemplo, en un correo electrónico a un amigo, podemos encontrar:

> Estimado Sr:
>
> Dado que la reunión de Departamento tiene lugar a las 9 horas de la mañana y considerando que a esa hora tengo clase
>
> Le ruego que excuse mi presencia por motivos académicos justificados, es decir, dar clases.

O en una publicidad:

> Hay cosas mejores que otras. Por ejemplo, la empresa Y suele tener los precios altos, tiene mucha gente para entender, sí, es verdad, tienen muchos empleados. También es verdad que tienen todos el mismo uniforme. Que huele a limpio en los servicios. Y que, bueno, parece que sus tiendas tienen un buen decorador, pero en fin, nosotros somos más baratos. Así que, nada, señores, vengan a comprar a mi tienda.

Corrijamos:

- Comunicación personal:

 Querido compañero: siento no poder asistir a la reunión de Departamento de mañana porque me coincide con clases. Un saludo.

- Publicidad:

 Compre en X.

 Los mejores precios del mercado.





¿Qué es un texto?

3.1 Estructura

■ Un texto es una **comunicación completa.** Es lo que producimos en lo escrito cada vez que transmitimos una información a un lector.

■ El texto, por tanto, tiene que tener una **unidad interna.** No puede estar formado de cosas sueltas a modo de *collage,* sino que debe tener un hilo conductor que le dé forma a todo. Si presentamos una mezcla de cosas que no tienen nada que ver la una con la otra, el receptor entiende que:

- Estamos confusos y no sabemos qué decimos, o necesitamos ir al psiquiatra.
- No dominamos en absoluto la lengua ni la escritura; nuestro nivel es casi de analfabeto.
- Queremos confundir a nuestro destinatario, o hacerle perder el tiempo.

■ En todos estos casos, transmitimos una imagen de nosotros mismos bastante penosa. Para evitar esto debemos entender que:

- Todo texto tiene una *idea base,* que es el objetivo que yo, como escritor, quiero trasladar al otro, y que se convierte en el tema del texto.
- Esa idea *se desarrolla* en diferentes informaciones que la concretan, la apoyan, etc. Y se convierte en el hilo conductor de todo ello, en el tronco del árbol cuyas ramas serían estas nuevas aportaciones:



- El *final* del texto tiene que estar muy *marcado.* Es decir, debe quedar claro que hemos dado por concluida nuestra comunicación. Esto suele hacerse con una *conclusión* o resumen que recoge el tema base y las ideas más importantes, para que el receptor lo entienda sin dificultad.

■ Cada una de las condiciones anteriores tiene una contrapartida, que conduce a la creación de un texto poco adecuado o incorrecto:

- Que aparezcan varias ideas mezcladas.
- Que solo repitamos lo mismo y no lo desarrollemos.
- Que introduzcamos tantas informaciones superfluas que el receptor se confunda y no sepa cuál es el objetivo que se pretende.
- Que el texto aparezca como una enumeración de cosas sin final, con lo que el que lee no sabe si falta algo del texto.

■ Analicemos el siguiente texto:

La Pablo de Olavide celebra su tercera Feria Virtual de Empleo

JUAN PAREJO

La Universidad Pablo de Olavide celebrará del 24 de noviembre al 1 de diciembre la tercera Feria Virtual de Empleo, un encuentro que tiene como objetivo principal poner en contacto a los egresados de la UPO con diferentes empresas y administraciones para tratar de encontrar una salida laboral a los alumnos. La Feria se celebra en un entorno totalmente interactivo en el que cada empresa tiene su propio *stand*. Pinchando en los logotipo (sic) se accede al menú de cada una de las empresas. El alumno puede, además de introducir su currículum, chatear en tiempo real con los responsables de Recursos Humanos de cada una de las organizaciones. «Al acceder, los alumnos tienen que rellenar un cuestionario y el sistema los difiere a los sitios que mejor se ajusten a su perfil», explica Manuel Alejandro Cardenete, vicepresidente ejecutivo de la Fundación Universidad-Sociedad de la Universidad Pablo de Olavide.

Entre las ventajas que ofrece la Feria Virtual de Empleo destaca su versatilidad horaria, ya que cada alumno se puede conectar cuando más le convenga. En la primera, cita hace dps (sic) años, se produjeron 12 000 visitas a los 23 *stands* que se concitaron en el espacio virtual de la UPO. En los días que se celebró el encuentro se registraron un total de 2 462 currículums, siendo el tiempo medio de cada visita de 10,58 minutos. En total, se ofrecieron 88 ofertas a las que se apuntaron 3 123 personas. El stand más visitado fue el de la Consejería de Empleo con 3 803 visitas.

En la feria del año pasado participaron 25 entidades que ofertaron 82 empleos. Se produjeron 18 365 visitas, siendo, al igual que en la edición anterior, el *stand* de la Consejería de empleo el más visitado, con 5 106 visitas. El tiempo medio de estancia aumentó hasta los 11,06 minutos. Se recogieron 3 086 currículums y se produjeron 5 854 inscripciones en ofertas.

Para la edición de este año 2010 ya han confirmado su presencia organizaciones como Andalucía Emprende, la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), la Confederación Empresarial Sevillana (CES), la Cámara de Comercio, además de otras organizaciones. Cardenete también recuerda que para las empresas participar en este tipo de ferias «supone mucho menos coste, mientras que el objetivo final es el mismo que el de cualquier otro certamen similar».

(*Saber*, 9-11-2010, pág. 9)

- El tema es la Feria Virtual de Empleo de la UPO.
- Se desarrolla en diversas partes. Estas serían las ideas secundarias:
  - Cuándo se celebra.
  - Objetivos.
  - Características.
  - Ventajas:
    – visitas el año 2008
    – visitas el año 2009
  - Previsiones para el año 2010.
- Está marcado el final, al seguir una enumeración temporal.
- Su estructura es correcta y adecuada al desarrollo del tema. Se observan dos pequeñas erratas, una tipográfica *(dps*, en lugar de *dos)* y otra de puntuación: «En la primera, cita hace dps años, […]» la coma situada detrás de *primera* debería ir situada detrás de *cita*).

■ Imaginemos ahora el siguiente escrito:

Estimado Sr:

El otro día me encontré que en la puerta de mi garaje, señalizado debidamente con la placa correspondiente, había un vehículo aparcado. Resulta que esta costumbre es muy habitual últimamente. Yo pago mis impuestos y pago mi placa. Puede usted mirar que estoy al día de mis tributos. Mis colegas suelen bromearme en el trabajo porque pago los impuestos. Ellos, ¿sabe usted?, lo dejan en cualquier sitio. Me refiero al coche. El otro día, sin ir más lejos, Bernardo, el de Finanzas, se quejaba



de que no le arrancaba el coche y que tenía un roce. O sea, le habrían dado un golpe. Es que, hay que ver cómo está la cosa. Yo no sé si será por la crisis, pero vamos.

Atentamente,

Fulanito de Tal

• Supongamos que al Ayuntamiento llega semejante texto. ¿Cómo debería interpretarlo el funcionario de turno?:

• ¿Es una denuncia de aparcamiento indebido en su plaza de garaje? Al principio parece que sí. Pero resulta confusa: no ha desarrollado claramente la idea principal, no aclara qué pide o solicita al Ayuntamiento, y sobra mucha información accesoria.

• ¿Es sencillamente un texto para contarnos las peripecias del día? Entonces debería haber sido dirigido a un amigo, como desahogo.

• ¿Es adecuado en su expresión? Evidentemente, es muy coloquial. Hay expresiones del habla directa, como *¿sabe usted?, colega, pero vamos, es que, hay que ver, etc.*, o recuperaciones como *Me refiero al coche*, impropias de un escrito.

• ¿Cuál sería entonces la forma correcta? Tendríamos que añadir una conclusión, exponiendo claramente qué deseamos, y eliminar todas las informaciones superfluas, que nada tienen que ver con el tema y que reflejan un tono de confianza impropio de un escrito dirigido a un organismo oficial *(el otro* al que tenemos que tener en cuenta). El nuevo texto podría ser algo así:

Estimado Sr.:

El otro día me encontré en la puerta de mi garaje, señalizado debidamente con la placa correspondiente, un vehículo aparcado. Resulta que esta costumbre es muy habitual últimamente. Yo pago mis impuestos y pago mi placa. Por tanto, ruego a ese Ayuntamiento tome las medidas oportunas para que esto no vuelva a ocurrir, porque lesiona gravemente mis derechos.

Atentamente,

Fulanito de Tal

• Esta comunicación es precisa, expone claramente lo que queremos, lo decimos de forma directa, no hay ningún tema superfluo, pero aún guarda aspectos coloquiales, como *resulta que*… Es correcto, pero muy directo, no formal. Daríamos, pues, la impresión de que no dominamos completamente el tipo de discurso que estamos usando: el de la denuncia.

Una comunicación más formal sería:

Estimado Sr:

El otro día me encontré en la puerta de mi garaje, señalizado debidamente con la placa correspondiente, un vehículo aparcado. Este hecho no es aislado, lo que me ocasiona un grave perjuicio al no poder disponer de mi coche para trasladarme al trabajo. Yo pago mis impuestos y pago mi placa. Por tanto, ruego a ese Ayuntamiento tome las medidas oportunas para que esto no vuelva a ocurrir, porque lesiona gravemente mis derechos.

Atentamente,

Fulanito de Tal

• ¿Qué hemos hecho?: hemos elegido un *tipo de texto*, la reclamación administrativa, que lleva asociadas determinadas características:

TIPO DE TEXTO: RECLAMACIÓN ADMINISTRATIVA

- Texto claro y conciso.
- Lenguaje culto y abstracto.
- Ideas ordenadas: hecho acaecido → circunstancias → solicitud al organismo.
- Inicio y fin de rituales, con fórmulas prefijadas de apertura *(Estimado Sr.)* y cierre *(Atentamente)*.

• Podríamos haber utilizado el modelo de instancia oficial, y entonces pasamos ya a la comunicación impersonal:

D. Fulanito de Tal, DNI nº xxxxxxxx, domiciliado en c/ Águilas, 180, de Pueblo (Ciudad),

HACE SABER QUE viene siendo frecuente en su plaza de garaje el aparcamiento de vehículos que le impiden utilizarlo, hecho que le ocasiona un grave perjuicio.

SOLICITA DE ESE AYUNTAMIENTO que se tomen las medidas oportunas para que se respete la legalidad y pueda usar su garaje.

Sevilla, a 15 de enero de 2011

Firmado: *Fulanito de Tal*

• Sin embargo, si el texto que estamos escribiendo es un correo electrónico a un amigo, podemos divagar y sumar informaciones que solo tienen en común el ser el relato de los acontecimientos del día o de los propios pensamientos. En suma, una forma de cotilleo. El registro será coloquial, y no importará la acumulación de elementos orales. Pero sí tienen que desaparecer expresiones como *Estimado Sr.* y otros elementos formales.

> Hola, Paco, ¿qué tal todo? ¡Hay que ver la cara que tiene la gente!
>
> El otro día me encontré que en la puerta de mi garaje, señalizado debidamente con la placa correspondiente, había un coche aparcado. Resulta que esta costumbre es muy habitual últimamente. Estoy hasta las narices. Yo pago mis impuestos y pago mi placa, y el Ayuntamiento no hace nada. Protesto y como si oyeran llover. Mis colegas suelen bromear en el trabajo porque pago los impuestos. Ellos, ¿sabes?, lo dejan en cualquier sitio. Me refiero al coche. El otro día, sin ir más lejos, Bernardo, el de Finanzas, se quejaba de que no le arrancaba el coche y que tenía un roce. O sea, le habrían dado un golpe. Es que, hay que ver cómo está la cosa. Yo no sé si será por la crisis, pero vamos. Así que nada, a aguantarse.
>
> *Fulanito*

RECUERDA

Los ingredientes secretos para construir un buen escrito son:

- **Un hilo conductor, una idea base.**
- **Desarrollo de ideas subordinadas.**
- **Relacionar todas ellas con un hilo conductor para mantener la unidad del texto (medios cohesión).**
- **Progresión temática (coherencia).**
- **Conclusión que refuerce el objetivo que se pretende o tópico textual.**
- **Adecuación al receptor.**
- **Adecuación al tipo discursivo.**

§ 3.2 Adecuación al contexto

■ De cómo organizar las ideas principales y subordinadas nos vamos a ocupar más adelante, y también de lo que exige cada tipo discursivo, pero hay algo de lo que no hemos hablado: un texto debe ser relevante, adecuado a la situación comunicativa en sentido amplio. Es decir, para que se interprete de forma correcta tiene que contar con el momento histórico-cultural en que se produce, con las circunstancias que se viven, con el espacio físico incluso, y, por supuesto, con las características psicosociales y culturales del receptor.

■ Pensemos que cuando recibimos algo lo incorporamos a nuestra «base de datos» (léase cerebro, memoria), que ya está llena. Llena de conocimientos, emociones, estereotipos, etc., que nuestra sociedad ha ido instalando. Por ello, cometemos errores si creamos un texto que necesita una serie de conocimientos históricos previos que el receptor no tiene. De ahí que no entendamos algunos chistes, o nos resulte difícil interpretar informaciones en otra lengua, aunque la dominemos, porque nos falta información extralingüística para ello.

■ Por ejemplo, en el siguiente chiste necesitamos conocer bien la lengua y la realidad histórica española para interpretarla. Un estudiante de español del nivel inicial podría no entenderlo si no consigue asociar los dos significados de la palabra *movimiento* con los que se está jugando: el literal ('acción de moverse') y la forma elíptica de referirse al «Movimiento Nacional», sistema totalitario liderado por Franco durante su dictadura:

> En Suecia quieren darle a Franco el Nobel de Física... porque después de inventarse el *movimiento* lleva veinticinco años con España *inmovilizada*.
>
> (A. M. VIGARA y J. GARCÍA: «Sexo, política y subversión. El chiste popular en la época franquista», *Clac*, n.º 27, 2006, pág. 21)

■ Los cambios socioculturales exigen que adaptemos nuestro discurso. Pero algunas veces llegamos hasta extremos poco rentables. Sacrificamos la claridad a estas imposiciones y producimos mensajes políticamente correctos como el siguiente:

> **Plataforma de Organización de Mujeres por la Abolición de la Prostitución**
>
> MANIFIESTO CONTRA LA EXPLOTACIÓN SEXUAL DE LAS MUJERES
>
> Tradicionalmente la prostitución ha sido definida como una práctica femenina consistente en suministrar servicios sexuales a cambio de dinero. Sin embargo, esta definición omite e invisibiliza a los actores principales del sistema prostitucional: prosti-

tuidores y proxenetas, sin cuya participación no habría mujeres en situación de prostitución.

DENUNCIAMOS: [...]

4. Que los prostituidores provocan con su demanda la existencia de un mercado organizado de mujeres y niñas para su utilización como objetos sexuales.

5. Que el mercado prostitucional incluye a todas las personas y actividades, que dentro y fuera de la legalidad, obtienen beneficios de la explotación sexual de las mujeres: los proveedores de espacios físicos como locales, pisos u hoteles para el uso sexual de las mujeres; los proveedores de espacios publicitarios para la oferta de cuerpos femeninos en periódicos, revistas, y otros medios; los traficantes de mujeres y niñas que forman parte de las redes de control, vigilancia y extorsión de mujeres en los países de destino.

POR TODO ELLO,

EXPRESAMOS nuestro rechazo a cualquier política reglamentarista ya que ello equivale a legitimar y normalizar el uso de las mujeres como mercancía sexual, e

INSTAMOS A LOS PODERES PÚBLICOS A:

• Reforzar las políticas de igualdad de oportunidades y a crear condiciones laborales que eviten que las mujeres sin recursos se vean abocadas a formar parte de la población prostituida.

• Incrementar suficientemente los recursos destinados al desmantelamiento de las redes de prostitución que operan en nuestro país con mujeres traficadas [...].

(Plataforma de organizaciones de mujeres. Junio 2005. *Regular la prostitución es legitimar la violencia contra las mujeres*, en www.aboliciondelaprostitucion.org/publicidad_estatal_pap.htm 16-09-2009)

• Se elige un lenguaje que utiliza términos abstractos, entendiendo la prostitución como un negocio y describiéndolo en términos económicos. Se habla de *actores principales del sistema prostitucional, objetos sexuales, mercado prostitucional, el uso de las mujeres como mercancía sexual, población prostituida, mujeres traficadas.*

• Las razones de ello son:

• Estamos ante un tema tabú, que supone una vergüenza en una sociedad avanzada. No se sabe cómo afrontarlo.

• Se intenta, por todos los medios, proteger la imagen de la mujer.

• Se aleja, con la expresión, el tema y se recurre a un lenguaje abstracto.

• Pero de este modo se obtiene un manifiesto que resulta confuso para el hombre de la calle. Su intención queda oculta con tantos términos abstractos. Y, además, al situarse en el ámbito del intercambio económico, aparte de rebajar la imagen de la mujer a meros cuerpos consumidos como mercancía, también legitima la interpretación de que esto es un trabajo más, que debe ser regulado como cualquier otro: es decir, deben cotizar a la Seguridad Social, pagar sus impuestos y tener su convenio laboral. Así lo interpretaron algunos internautas que dejaron sus comentarios. Si el proxeneta ahora es *actor principal del sistema prostitucional*, puede verse legitimado.

Es complicado, como vemos, cuando entramos en temas muy delicados desde el punto de vista social.

■ Más sencilla de interpretar es esta otra información, publicada por un ayuntamiento:

> Para la concesión de una vivienda de protección oficial se tendrá en cuenta el nivel socioeconómico del solicitante. Tendrán prioridad las rentas más bajas y aquellas personas afectadas de manera más acentuada por la crisis: por ejemplo, los desempleados de larga duración y los mayores de 55 años que no cobren prestación.

Sus receptores son los ciudadanos que vayan a solicitar una vivienda de protección oficial. Dada la situación económica actual (con el impacto de la crisis) se intenta evitar los términos *parados* y *pobres*. Se buscan otros eufemismos para representar situaciones de precariedad extrema que resultan incómodas para la Administración.

• Cuando recurrimos a expresiones eufemísticas mostramos el tabú. Es decir, transmitimos una serie de informaciones no dichas y provocamos muchas inferencias (significados deducidos). En este caso, por ejemplo, el lector deducirá también que:

• El lenguaje político suele ser envolvente y oscuro.

• Intenta alejarnos de la realidad, ocultarla, cuando no es de su agrado.

• Puede llegar a la manipulación.



- Nuestra sociedad está llena de estos eufemismos: *discapacitados* o *personas con movilidad reducida*, con *discapacidad visual* o con *limitación en su capacidad intelectiva* o, como en una propuesta de ley, *afrodescendientes* para referirse a la población de raza negra. Nosotros debemos huir de todo eso, porque son palabras (o cartas) marcadas. Se vuelven contra el que las utiliza.

RECUERDA

- **El receptor tiene que conocer los datos socioculturales e históricos necesarios para poder interpretar el texto.**
- **Debemos tener cuidado con los términos tabúes o que aluden a realidades socialmente «sensibles».**



¿CÓMO ESCRIBIR?

CONSEJOS GENERALES DE ESCRITURA Y REDACCIÓN

Guía práctica de escritura y redacción





II.1 Antes de empezar

■ La composición de un escrito exige una serie de pasos para concretar el proceso creativo:

- Hacer acopio de ideas.
- Establecer las relaciones entre ellas, mediante un esquema.
- Planificar el texto:
  - Finalidad del escrito.
  - Enfoque que vamos a utilizar (impersonal, subjetivo, objetivo).
  - Destinatario.
  - Modalidad textual, género.
  - Tono, lenguaje y estilo.
  - Extensión del texto.
- Redactar.
- Revisar.

1.1 Hacer acopio de ideas

■ Debemos anotar todas aquellas ideas que se nos ocurren en relación con el tema que queremos tratar. Este primer momento será más largo cuanto más complejo sea el escrito. Evidentemente, no es lo mismo redactar una nota de pésame o un anuncio por palabras que un artículo científico, una novela o una columna de opinión.

A continuación, dispongámoslas de modo que quede resaltada la idea principal. Para ello, podemos destacarla con mayúsculas, rodearla de un círculo, enlazarla con flechas hacia el resto de ideas, etc.

■ Por ejemplo, en el anuncio de una juguetería que veíamos antes, podríamos partir de este esquema:

> **ANUNCIAR JUGUETERÍA**
> → lugar
> → mucho surtido
> → precios baratos
> → aludir a la Navidad
> → ser directo

■ Pero si queremos hacer un artículo sobre la situación económica de un país, el proceso es más complejo:

> **CRISIS ECONÓMICA:**
> - Paro
> - Inmigración
> - Bancos
> - Bolsa
> - Presión internacional
> - Especulación
> - Ladrillo
> - Política:
>   - gobierno/oposición
>   - huelga general
>   - líderes de los dos partidos
>   - sindicatos
>   - funcionarios
> - Postura:
>   la crisis es global/no saldremos de ella/exige un cambio de gobierno…

1.2 Relacionar las ideas

■ Todo lo que hemos ido anotando debe jerarquizarse y conectarse. Podemos hacerlo visualmente, en un esquema con flechas, dibujos, líneas, etc. Esto nos ayudará en la redacción.

■ Por ejemplo, en el caso del artículo sobre la crisis económica, podemos establecer la siguiente jerarquización:

> **CRISIS ECONÓMICA:**
> ↓↓ Efectos:
> Paro
> Problemas con la inmigración → posturas gobierno/oposición
> Postura de los sindicatos → huelga general
> ↓↓ Causas:
> Ladrillo
> Bancos
> Mala gestión política
> Valoración de los líderes políticos
> Actuación del presidente del gobierno
> → Conclusión: cambio de gobierno

Este planteamiento producirá un texto a favor de unas elecciones anticipadas y muestra una postura afín a las posiciones de la oposición. Aunque no seamos militantes de esa línea ideológica, hemos tomado su misma argumentación y el receptor nos va a adscribir a ella. Porque, recordemos, un texto se produce en un momento histórico concreto, donde confrontamos lo que se nos dice con lo que conocemos ya.

■ Sin embargo, si nuestra postura no apunta a esa conclusión, el orden y la selección de los argumentos será otro:

Crisis económica global:
↓↓ Efectos:
Paro
Problemas con la inmigración → posturas gobierno/oposición
Postura de los sindicatos → huelga general
↓↓ Causas:
Ladrillo
Bancos
→ Conclusión: unión de partidos y colaboración gobierno-oposición

Con los mismos materiales, hemos producido un texto diferente, que apunta a otra postura ideológica.

§ 1.3 Planificación del texto

En la planificación del texto debemos decidir:

■ La **finalidad** del escrito: cuál es el objetivo que pretende cubrir:

- transmitir una información nueva.
- convencer al lector de algo.
- dar instrucciones para realizar un acto.
- expresar la subjetividad del hablante.

■ El **enfoque** que vamos a utilizar: si el texto es objetivo, subjetivo o si vamos a adoptar un tono impersonal. Esto está conectado con el fin discursivo, pero nos ofrece opciones. Una receta de cocina puede estar ofrecida como un texto objetivo, con un tono impersonal:

Batir 5 huevos. Poner harina en un bol. Es necesario que los huevos sean frescos.

O bien adoptar un tono subjetivo:

Utiliza 5 huevos, que estén frescos. Recuerda que esto siempre es una gran ventaja. Te saldrán mucho mejor tus platos y tu familia te lo agradecerá.

Emplear una opción u otra dependerá de los otros factores implicados.

■ El **destinatario:** en concreto, el receptor al que va dirigido condiciona el enfoque, como también el resto de características. Si queremos crear empatía con el lector, convencerlo, persuadirlo con argumentos que apelan a la emoción, usaremos el enfoque subjetivo. Si queremos plantearlo como algo más inamovible, «científico», recurriremos a la objetividad.

■ La **modalidad** o **tipo textual:** si vamos a emplear una conversación, un texto publicitario, si vamos a recurrir a secuencias narrativas, la descripción o simplemente la argumentación.

■ El **tono**, el **lenguaje** y el **estilo** irán predeterminados por el tipo de texto, y también por la intención, el enfoque y el destinatario. Así, un enfoque subjetivo lleva a un tono informal, coloquial…, mientras que lo objetivo puede apuntar más a lo serio, a lo menos directo.

■ La **extensión** del texto.

§ 1.4 Redacción

Ya podemos ponernos manos a la obra. Debemos seguir el esquema y hacerlo teniendo en cuenta lo siguiente:

■ Qué **tipo de texto** vamos a elegir: es decir, ¿qué escribiremos, un artículo de opinión, un informe, una carta al director, un ensayo científico…?

Esto implicará una serie de elecciones y va a condicionar los puntos siguientes:

- Organizar según el tipo de discurso el texto en párrafos y enunciados: ver la longitud de los mismos, cómo conectarlos, decidir si usar conectores explícitos o recurrir a la relación meramente léxica.

• Ajustar la construcción de la frase al tipo de discurso elegido. Dependerá de él que el tono sea más culto, más didáctico, coloquial, etc. Esto afectará a la elección de los términos, de las estructuras sintácticas, de la complejidad o simplicidad de la frase, etc.

• Elegir las palabras precisas y combinarlas adecuadamente. La precisión y propiedad semánticas son fundamentales. Asimismo, debemos ser correctos gramatical y ortográficamente, y utilizar un estilo fluido, rico y variado.

■ A qué **receptor** va dirigido.

■ Qué **tono, estilo** o **registro** queremos utilizar: un discurso directo, coloquial, familiar, o, por el contrario, un registro formal, o usando una mezcla de ellos. También tendremos que elegir si damos entrada a variantes dialectales o no. Si lo hacemos en tono objetivo o usamos la subjetividad. A veces esta actúa como un mecanismo argumentativo.



Revisión

■ Esta última tarea no puede olvidarse. En la revisión debemos volver a tener en cuenta todo lo previo:

• Si la intención u **objetivo** del texto se ha cumplido.

• Si hemos elegido el **tipo de texto** adecuado.

• Si el **registro** empleado es el correcto.

■ En cuanto a la **organización** del escrito:

• Si la distribución en párrafos es adecuada a la intención y tipo de discurso. Hay textos que no permiten párrafos largos (p. ej. la publicidad) o cortos (p. ej. un ensayo).

• Si las ideas están conectadas, si los párrafos están ordenados siguiendo la estructura lógica del pensamiento.

• Si el texto está cerrado, si su organización es visible: tiene una introducción claramente marcada y un final con una conclusión.

• Si la forma de disposición del texto (márgenes, distribución de los párrafos, tipo de letra…) es la adecuada.

• Si es coherente con la situación.

■ En lo referente a la **información:**

• Si las informaciones principales están suficientemente destacadas.

• Si no hay un exceso de elementos superfluos.

• Si la argumentación está bien construida.

• Si la información que damos es veraz y relevante.

■ **Tono** y **estilo**: si la presencia del hablante, su subjetividad, es la adecuada a este tipo de discurso.

■ **Construcción:**

• Si nuestra construcción de la frase es la adecuada y se adapta a las reglas de nuestra lengua.

• Si el léxico y la sintaxis son las idóneas para la intención comunicativa y el registro empleado, o cometemos incorrecciones. Debemos prestar especial atención a los siguientes factores:

- Orden en el desarrollo de las ideas.
- Adecuación.
- Falta de cohesión y discordancias.
- Orden de los elementos oracionales.
- Repeticiones e imprecisiones.
- Uso incorrecto de las mayúsculas y signos de puntuación.

RECUERDA

Un buen escrito implica:

- **Un conjunto de ideas bien cohesionadas.**
- **Planificar el orden de exposición.**
- **Elegir el tipo de texto adecuado.**
- **Escribir con corrección.**
- **Revisar siempre al final.**



§ II.2 La construcción de la frase

■ Para cumplir nuestro objetivo al redactar, debemos utilizar los medios más adecuados. Para ello, primero debemos conocer con qué trabajamos.

■ La mayoría de las veces el error en los escritos se debe a un desconocimiento de los materiales e instrumentos que tenemos a nuestro alcance como hablantes. No es necesario estudiar gramática avanzada, sino simplemente pararse a considerar que:

- La vía para llegar al receptor es el lenguaje.
- Nuestros medios son:
  - Palabras que tienen un significado que va a variar según aquellas con las que se combina.
  - Palabras que se contaminan de los usos que les damos y de la sociedad que las emplea: debemos evitarlas, porque están demasiado marcadas.
  - Sonidos: las palabras son elementos fónicos que provocan sensaciones auditivas. Así, cuando unimos términos que emplean las mismas secuencias fónicas provocamos efectos no deseados.
  - Elementos que sirven para relacionar las palabras.
  - Unas «reglas combinatorias» básicas que establecen cómo deben relacionarse entre sí las palabras para construir frases. Cuando ya estemos familiarizados con ellas podremos complicarlas y pasar a un nivel superior.
  - Unos criterios básicos para organizar la información que se quiere trasmitir: un cambio de orden supone también un cambio en la información trasmitida.
  - Unos elementos de estructuración, las pausas, que deben ser bien empleadas porque cambian igualmente el significado de las frases.
- Este lenguaje que utilizamos es de todos, ya ha sido usado, y, por tanto, a veces guarda el eco de ciertos empleos. Huyamos de esas combinatorias evidentes y previsibles.

■ Hay que atender a los siguientes puntos:

- Longitud de la frase.
- Estructura de la misma.
- Orden de los elementos.
- Distribución de la información y puntuación.
- Selección del léxico.

■ Y siempre buscando la *claridad, precisión* y *sencillez* en la expresión. Son las tres reglas de oro de una buena comunicación.

§ 2.1 Longitud de la frase

■ Debemos distribuir la información en **frases cortas.** Las frases muy largas exigen mucho esfuerzo tanto en la construcción como en la interpretación. Huyamos de ellas porque pueden ser un peligro para el principiante. Veamos los dos ejemplos siguientes:

> Otro dominio contextual con una presencia importante en los medios es la Economía, de la cual no solo se habla en los cuadernillos adjuntos que aparecen semanalmente o en la sección diaria habilitada a tal efecto en los periódicos que analizamos, sino también en las noticias principales tanto internacionales y nacionales como regionales y locales, debido en parte a la coyuntura actual de crisis económica.

> Por ahora podemos afirmar, puesto que no en todos los textos comentados los adjetivos marcan directamente el carácter argumentativo (solo sucede en 124), que este hecho está relacionado con el carácter expositivo de estos textos, ya que las características sintáctico-semánticas de los adjetivos favorecen este empleo al ser unidades lingüísticas que contribuyen a la caracterización tanto de objetos como de conceptos o ideas.

■ En ambos casos la comprensión es realmente difícil. Podríamos solucionarlo distribuyendo la información en enunciados menores, separándolos con pausas. Por ejemplo, en este último fragmento se antepone una oración subordinada rompiendo la relación verbo-complemento directo. Podríamos decir, en cambio:

> Hemos comprobado que no en todos los textos comentados los adjetivos marcan directamente el carácter argumentativo. Este hecho está relacionado con el carácter expositivo de los textos. Efectivamente, las características sintáctico-semánticas de estas unidades favorecen este empleo, ya que contribuyen a la caracterización de objetos, conceptos o ideas.



Mejor, ¿verdad? Tendamos siempre hacia la construcción más simple. Eso dará relevancia a lo que decimos y no caeremos en complicaciones innecesarias.

2.2 Estructura de la frase

Hay algunas reglas básicas que debemos respetar para que nuestra redacción gane en claridad y rentabilidad:

■ Evitar las **frases pasivas.** Las frases activas son más claras, se entienden mejor las relaciones y su construcción es más fácil.

> El informe sobre el estado del edificio ha sido realizado por la empresa SC Consulting a petición de la comunidad de vecinos.

Es preferible:

> SC Consulting ha realizado el informe sobre el estado del edificio, a petición de la comunidad de vecinos.

■ Evitar las **frases elípticas.** La frase elíptica es demasiado coloquial. En el lenguaje escrito es conveniente explicitar el verbo.

> Esta noche se va a estrenar en el Teatro Lope de Vega la «ópera prima» del director andaluz, Mario X. El martes, la de Juan Z.

Mejor:

> El martes será el turno de la de Juan Z.

• La frase elíptica sí es adecuada en los titulares periodísticos, donde se prefiere una expresión corta y apelativa, que exija al oyente usar su capacidad de deducción:

> El Plan Bolonia, a debate

Obsérvese que resulta mucho más efectivo que: «El Plan Bolonia será sometido a debate».

■ Huir del **infinitivo narrativo,** es decir, del uso de esta forma como núcleo de la oración, sin verbo conjugado del que depender. Así, comenzar con: *Decir solo que…*, *Comunicarle que…* no es correcto. Parece un guión:

> Estimado Sr:
>
> Comunicarle que a fecha de hoy hemos adeudado en su cuenta la cantidad abajo reseñada.

Debemos construir una frase completa con el verbo conjugado:

> Estimado Sr:
>
> Le comunicamos que a fecha de hoy hemos adeudado en su cuenta la cantidad abajo reseñada.

■ Huir del **gerundio de posterioridad,** que introduce una consecuencia. Podemos sustituirlo por una conjunción y una oración completa:

> La bolsa sigue bajando, perdiendo activos, llegando así a una situación cercana al desplome total.

Sustituyámoslo por:

> La bolsa sigue bajando y perdiendo activos. Está llegando a una situación cercana al desplome total.

O por:

> La bolsa sigue bajando y perdiendo activos; por lo tanto, se acerca al desplome total.

■ Evitar el **dequeísmo,** el uso incorrecto de la preposición *de* tras verbos que se construyen con *que: pienso de que, es recomendable de que…*

> En esta empresa recomendamos de que se tomen medidas para reducir los gastos en material fungible.
>
> Es lamentable de que se hayan tomado decisiones tan arriesgadas en este momento.

Lo correcto es:

> En esta empresa recomendamos que se tomen medidas para reducir los gastos en material fungible.
>
> Es lamentable que se hayan tomado decisiones tan arriesgadas en este momento.

Para saber cuándo debemos poner *de que* recurramos a conjugar el verbo con un sustantivo complemento. Así, decimos: *Recomiendo la adopción de medidas* y no **Recomiendo de la adopción de medidas; Lamento tu decisión* y no **Lamento de tu decisión,* o *Pienso muchas cosas* y no **Pienso de muchas cosas.* En caso de duda, siempre podemos acudir al diccionario.

■ Evitar igualmente el **queísmo,** el error inverso: omitir una preposición delante de la conjunción *que,* cuando es necesaria. Es lo que ocurre con verbos que exigen la preposición delante del complemento:

> *Estoy seguro que llegará a tiempo al aeropuerto.

*Acuérdate que tenemos reunión mañana a las 7.

*Confío que llegues a tiempo.

La construcción es *estar seguro de algo, acordarse de algo, confiar en algo:*

Estoy seguro de que llegará a tiempo al aeropuerto.

Acuérdate de que tenemos reunión mañana a las 7.

Confío en que llegues a tiempo.

Podemos utilizar el mismo procedimiento anterior: construir el verbo seguido de un sustantivo. Decimos: *Estoy seguro de tu llegada,* y no **Estoy seguro tu llegada*, o *Acuérdate de la reunión* y no **Acuérdate la reunión; Confío en tu puntualidad* y no **Confío tu puntualidad.*

■ Huir del **quesuismo,** es decir, el uso incorrecto de la combinación *que + su* en lugar del relativo *cuyo:*

Entonces llegó Ricardo, que su hermano trabaja en el mismo banco...

Lo correcto sería:

Entonces llegó Ricardo, cuyo hermano trabaja en el mismo banco...

Observemos que la conjunción *que* no tiene antecedente en la oración anterior con el que enlazar. *Cuyo* enlaza las frases y, al mismo tiempo, es el que muestra la relación entre *Ricardo* y *hermano*.

■ Prestar mucha atención a la **concordancia.** Los casos más complicados afectan a las impersonales y a los sustantivos colectivos.

- Por ejemplo, no es correcto escribir:

La mayoría de los votantes han elegido la opción conservadora.

El conjunto de los ciudadanos han manifestado su desacuerdo.

Lo correcto sería:

La mayoría de los votantes ha elegido la opción conservadora.

El conjunto de los ciudadanos ha manifestado su desacuerdo.

El sustantivo núcleo del sujeto es *mayoría* o *conjunto,* singular, aunque su contenido sea plural.

- Igualmente, debemos evitar:

Habemos cuatro personas que opinamos así.

y decir:

Éramos tres las personas que compartíamos esa opinión.

La forma verbal *hay* es impersonal y no puede concordarse con el sujeto.

■ Evitar los **comodines,** los *tics* expresivos y las repeticiones, que utilizamos como apoyo en la lengua hablada pero que no deben aparecer en la escrita.

- No sería apropiado, por tanto, poner en un texto escrito:

Para que su texto, ¿no? sea tramitado con rapidez, ¿no?, debe ser presentado en el registro general antes del 12 de noviembre.

En vez de:

Presente la documentación en el Registro General antes del día 15 de noviembre.

- Tampoco sería adecuada una formulación como la siguiente:

Los documentos tienen que llegar con tiempo, por lo que es recomendable que si se quiere conseguir que se haga llegar al Departamento de que se trate, ya sea Investigación, Financiación o Nóminas, por ejemplo, se debe poner todo claramente. Se debe presentar, ya digo, en el Registro General. Y, por supuesto, hay una fecha tope, claro. Esa fecha, antes de la cual debe estar la documentación entregada y no después, es el 15 de noviembre.

Podemos comprobar que la segunda propuesta, más breve, es más rentable y consigue mejor su objetivo que esta última.

- Tampoco sería válido como escrito el siguiente ejemplo, aceptable, en cambio, como comunicación oral:

[...] Yo por ejemplo con... Mila soy compañera, eeee, ha habido momentos pues pues un momento muy crucial en mi vida, yo hice una fiestaa. Yyyyy y los que estaban invitados erann Kiko y Mila, pero bueno, con Mila no teng, no he tenido... elll roce tan inn- tan especial que he tenido con Kiko. Entonces yo a Kiko le he respetadoo, nos hemos contado de todo, nunca he contado nada de Kiko. siempre siempre y tee es un personaje además, muy muy, o sea que todo el MUNDO, cuando empezó Kiko, todo el mundo pedía, y yo siempre... Entonces, lo que no puedo entender es si



tiene un mal rollo, que coja y me diga, Mira Marisa, estoy enfadado por esto por esto por esto… Vámonos a cenar que tengo… pero, que me lo dijese ayer en platóoo, yyyy tal. Él también me ha dicho cosas en plató y luego me he reído […].

(Intervención de Lydia Lozano en *Sálvame Diario*, 3-2-2010)

■ Evitar **circunloquios** y **rodeos.** Valga el ejemplo anterior de «Los documentos tienen que llegar con tiempo», en que nos perdemos en detalles inútiles y reiteraciones poco productivas.

■ Evitar **repeticiones** innecesarias, **redundancias** y **pleonasmos.** Por ejemplo:

El día anterior hablé por teléfono con Marisa y me dijo que me había enviado ya el artículo. Yo le dije que lo corregiría, que ya le había dicho a Gema que se lo mandaría con los errores que advirtiera.

Podemos sustituir el verbo *decir* por variantes como *responder, informar, comunicar…*

El día anterior hablé por teléfono con Marisa y me dijo que me había enviado ya el artículo. Yo le respondí que lo corregiría, que ya le había comunicado a Gema que se lo remitiría con los errores que advirtiera.

■ Limitar la utilización de la forma *el mismo* para evitar una repetición. A veces sustituye a un posesivo. Incluso la mera elipsis es más correcta:

Abra el envase y vacíe el contenido del mismo.

En el prospecto que se adjunta, lea las instrucciones que aparecen en el mismo.

Mejor:

Abra el envase y vacíe su contenido.

Lea las instrucciones que aparecen en el prospecto que se adjunta.

■ Evitar la **acumulación de formas demasiado sonoras** (esdrújulas, adverbios en *-mente* o de superlativos en *-ísimo*) en una misma frase:

En la próxima reunión tendremos que tomar medidas problemáticas pero que generarán una rápida mejora del tejido productivo.



Han realizado la exploración concienzudamente, rigurosamente y de una manera extraordinariamente discreta.

Muchísimas gracias por este estupendísimo foro. Hemos hecho grandísimos amigos a través de él.

Más adecuado sería:

En la próxima reunión tendremos que tomar medidas controvertidas pero que mejorarán en poco tiempo el tejido productivo.

Han realizado la exploración de forma concienzuda, rigurosa y discreta.

Muchas gracias por este estupendo foro. Hemos hecho grandes amigos por medio de él.

■ Evitar el uso excesivo de las **formas negativas.** En la mayoría de los casos es más eficaz expresar de forma directa y explícita lo que queremos. Decir lo que no es implica dejar que el receptor deduzca lo que es. Por ejemplo, en una carta de queja a una empresa, no tiene sentido escribir:

Los usuarios de este servicio no estamos contentos, no estamos satisfechos. No pretendemos…

Esto sugiere una pregunta: «¿Y qué quieren?». Para ser rentables hay que ser directos, explícitos:

Denunciamos la escasa atención que se ha prestado a nuestra reclamación. Exigimos el cumplimiento del acuerdo y la aplicación de las tarifas aprobadas en el Consejo.

■ En la construcción de **oraciones complejas** conviene tener en cuenta unas sencillas instrucciones que hacen más fácil la lectura y comprensión del escrito. Así no llevaremos a engaño al receptor.

- Las **oraciones de relativo** deben estar siempre junto a su antecedente. De otro modo provocaremos una gran ambigüedad:

Los amigos de mi hermano que han estado largo tiempo esperando una disculpa del director del centro se han quedado estupefactos.

Ayudaría una coma para que entendiéramos claramente que el antecedente de *que* es *amigos* y no *hermano,* aunque la concordancia sea aquí un rasgo determinante.

Marisa ha vivido largo tiempo en Bombay, en un piso sin ascensor, donde ha conocido a músicos de muchos países.

¿Dónde ha conocido a los músicos, en Bombay o en el piso? Por coherencia pensamos que en Bombay, pero estaría bien cambiar el orden:

Marisa ha vivido largo tiempo en un piso sin ascensor en Bombay, donde ha conocido a músicos de muchos países.

• Las oraciones **subordinadas temporales** establecen las circunstancias en las que ocurre la acción. Para ello deben aparecer pospuestas al verbo:

Debe tomar Omeprazol cuando haga una comida copiosa.

Si las anteponemos indican el marco en el que ocurren varias acciones:

Cuando ingiera una comida copiosa, asegúrese de tomar Omeprazol, realizar alguna actividad física menor, como dar un paseo y pasarse algunas horas sin ingerir alimentos.

• Las **subordinadas causales** y **consecutivas** nos sirven para establecer causas y efectos, necesarios para un razonamiento lógico y una buena argumentación:

Reserve sus vacaciones con antelación. Así podrá conseguir ahorrar hasta un 10% en su viaje.

No tendrá que ocultar su rostro, porque su piel lucirá joven y brillante.

• Las **subordinadas condicionales** establecen el marco hipotético, el universo de discurso. Nos llevan a otro plano. Son fundamentales en publicidad:

Si tienes una idea, nosotros te la financiamos.

Su rentabilidad es notable en un texto demostrativo:

Si tenemos en cuenta los datos ofrecidos por la Agencia Nacional y las previsiones que los expertos en el tema realizan, no deberíamos tener problemas en los próximos meses.

• No es aconsejable acumular más de dos subordinadas en el mismo enunciado. Esto puede hacerlo pesado y difícil de entender.

Frente a las críticas que venimos recibiendo por parte de otras organizaciones sindicales en relación con estas iniciativas —más pendientes de enredarse en complejas consideraciones jurídicas que en pronunciarse a favor o en contra del objetivo que persigue la iniciativa sindical— frente a la paradoja que podría producirse de que algún sindicato acabara «alegrándose» de que no prosperen las enmiendas —cuando debería ocurrir exactamente lo contrario— CC. OO. seguirá trabajando en la dirección de garantizar la convergencia y la ampliación de derechos del personal laboral y el blindaje de la condición de funcionario sea a través de Ley, con iniciativas complementarias en el ámbito parlamentario e institucional y en el marco de una negociación colectiva que cada día que pasa se hace más necesaria.

(www.fsc.ccoo.es/webfscpostal/menu.do?Actualidad:Correos:Actualidad:110757)

Una redacción mejor sería:

Venimos recibiendo críticas por parte de otras organizaciones sindicales en relación con estas iniciativas. Estas parecen estar más pendientes de enredarse en complejas consideraciones jurídicas que en pronunciarse a favor o en contra del objetivo que persigue la iniciativa sindical. Incluso podría producirse la paradoja de que algún sindicato acabara «alegrándose» de que no prosperen las enmiendas, cuando debería ocurrir exactamente lo contrario. Pese a todo, CC. OO. seguirá trabajando en la dirección de garantizar la convergencia y que la ampliación de derechos del personal laboral y el blindaje de la condición de funcionario sea a través de Ley, con iniciativas complementarias en el ámbito parlamentario e institucional y en el marco de una negociación colectiva que cada día que pasa se hace más necesaria.

■ Evitar **calcos sintácticos** del francés, como el uso de *es por eso que, es por ello que…* como introducción a una conclusión. Este tipo de estructuras se ha hecho bastante frecuente en el lenguaje pseudocientífico. En español, lo correcto es usar conectores como *por eso, por ello.*

La Química es una ciencia de gran importancia, presente en todos los ámbitos de nuestra sociedad, y con múltiples aplicaciones en otras áreas científicas.

Es por eso que nos comprometemos a un gran desafío: transmitirles nuestro entusiasmo y conocimientos para que puedan lograr las competencias y estrategias necesarias que les permitan poder desarrollarse como verdaderos profesionales en beneficio de toda la sociedad.

(www.unlu.edu.ar/~qgeneral/guiauno.pdf)

■ Tampoco son correctos los **giros** que utilizamos para resaltar un segmento sin variar el relativo:

*Ha sido Rabal que ha afirmado que la gestión del gobierno en este asunto ha sido impecable.

*Ha sido en la rueda de prensa del Real Madrid que Mourinho ha hablado explícitamente de su malestar con el árbitro.

Las construcciones gramaticalmente idóneas son:

Ha sido Rabal quien ha afirmado que la gestión del gobierno en este asunto ha sido impecable.

Ha sido en la rueda de prensa del Real Madrid donde Mourinho ha hablado explícitamente de su malestar con el árbitro.

■ Evitar el uso de ***a* + infinitivo,** incorrecto pero muy frecuente en textos expositivos:

Asimismo y como sea que, a diferencia de la tan denostada por algunos Ley Postal del 98, la nueva Ley suprime en su articulado cualquier referencia a la naturaleza y régimen del personal funcionario de Correos, se hace indispensable, para CC.OO., dotar de seguridad jurídica al personal funcionario a través de una enmienda que garantice sus derechos y despeje incertidumbres, como se hizo en la Ley del 98, como se hizo en la Ley de transformación de Correos en Sociedad Estatal y como, creemos, se debe hacer en la actual. Más aún o especialmente cuando, en el actual contexto de crisis, se multiplican las voces que pretenden demonizar al colectivo de funcionarios como una carga excesiva o como un «colectivo parásito» a batir.

(www.fsc.ccoo.es/webfscpostal/menu.do?Actualidad:Correos: Actualidad:110757)

En este caso, además, se produce una confusión entre *batir* y *abatir,* este último más adecuado.

Es frecuente encontrar esta construcción en textos administrativos y muchos la consideran, erróneamente, propia del lenguaje expositivo:

Incentivos a conceder.

Instrucciones a seguir.

Consideraciones a tener en cuenta.

■ Huir de la expresión ***a nivel de,*** muy extendida en el ámbito periodístico por la falsa creencia de que aporta un tono «técnico» al texto. Es mejor sustituirla por *en* o *entre*:



A nivel de Castilla, el paro ha subido un 3 por ciento.

A nivel de alumnado, se detecta un ascenso en los impagos y reclamaciones

Mejor:

En Castilla el paro ha subido un 3 por ciento.

Entre el alumnado se detecta un ascenso en los impagos y reclamaciones.

El mismo caso es el de *en base a,* expresión incorrecta que ha llenado nuestros escritos:

En base a las últimas encuestas, los españoles consideran que sus preocupaciones fundamentales son el paro, el terrorismo y la subida de la luz, por este orden.

Más correcto:

Según las últimas encuestas, los españoles consideran que sus preocupaciones fundamentales son el paro, el terrorismo y la subida de la luz, por este orden.

■ Otros aspectos constructivos que debemos observar son:

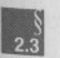
- Evitar las expresiones cacofónicas.
- Usar correctamente los pronombres y partículas interrogativas.
- Usar correctamente las preposiciones tras el verbo.
- Emplear adecuadamente los nexos coordinados.
- No iniciar un párrafo con una cifra en número.
- Recordar que el adjetivo y el artículo deben concordar con el nombre en género y número.
- Tener cuidado con los tiempos verbales a la hora de construir oraciones complejas, como las condicionales o las finales, por ejemplo:

*Si vendrás el lunes, iré a recoger la carta.

*Lo llamó para que vendrá mañana.

*Nos sentamos todos a comer antes de que vino Francisco.

Informaciones más detalladas pueden consultarse en la *Guía práctica del español correcto*, en esta misma colección.



§ 2.3 Orden de los elementos

El orden es muy importante, ya que influye en la información que transmitimos. Hay muchas posibilidades a la hora de orga-

nizar la frase. A continuación te presentamos varias «fórmulas» organizativas.

■ **Fórmula 1:** estructura básica. Existe un orden no marcado de los elementos de la frase que hace más inteligible el mensaje: agente - acción - circunstancias. Es la expresión más sencilla, un valor seguro por el que apostar. Sintácticamente es la construcción más estándar: sujeto - verbo - adverbio tiempo - complemento circunstancial de lugar, en este caso:

> [...] Una avioneta se estrelló ayer en el valle de Baztán (Navarra). Sus tres ocupantes fallecieron en el accidente. Habían salido de la localidad francesa de Marsella y se dirigían a Madrid [...].
>
> (*20 minutos*, ed. Sevilla, 13-10-2010, pág. 8)

Pero si ya hemos adquirido un nivel superior en la redacción, podemos probar otras opciones y no limitarnos a esta estructura simple. Podemos combinar su uso con otras más complejas.

■ **Fórmula 2:** coordina oraciones. Podemos comenzar construyendo enunciados más complejos. Así, el ejemplo anterior podría formularse así:

> Una avioneta se estrelló ayer en el valle de Baztán (Navarra) y sus tres ocupantes fallecieron en el accidente. Habían salido de la localidad francesa de Marsella y se dirigían a Madrid.

■ **Fórmula 3:** añade una oración de relativo que modifique a un nombre. De esta manera, conseguimos un nivel mayor de integración de la información.

> Una avioneta que había salido de la localidad francesa de Marsella y se dirigía a Madrid se estrelló ayer en el valle de Baztán (Navarra) con tres ocupantes, que fallecieron en el accidente.

■ **Fórmula 4:** añade una circunstancia en primera posición, enmarcando todo lo que sigue. Lo afirmado se entiende dentro de ese ámbito: de ese tiempo, lugar, razón o campo de referencia.

> En el plano económico, debemos destacar las medidas que han sido adoptadas esta semana durante el Consejo de Ministros y que van encaminadas a conseguir una «reactivación del consumo», según resaltó el portavoz del Gobierno.

■ **Fórmula 5** (nivel más complejo): inserta diversas oraciones subordinadas, una tras otra.

Este último nivel no solo es el más elaborado, sino también difícil de manejar para el escritor, porque hay que relacionar muchas ideas. No siempre es adecuado, porque provoca una sensación de pesadez. Además, al lector puede resultarle difícil seguir el hilo del razonamiento. Es propio de textos argumentativos, discursos, informes, etc. El abuso de este procedimiento puede hacer que el lector abandone la lectura. Por ejemplo:

> [...] Formalizadas las salidas de Chevantón y Lolo, y con la duda de si José Carlos se marchará finalmente cedido, ya que ayer fue incluido en la convocatoria de Álvarez para medirse al Braga, el único descarte que aún no ha encontrado acomodo es Aldo Pedro Duscher [...].
>
> (*Estadio Deportivo*, 24-8-2010, pág. 13)

Mejor:

> Formalizadas las salidas de Chevantón y Lolo, el único descarte sin acomodar es Aldo Pedro Duscher. Aún no sabemos si José Carlos se marchará finalmente cedido, ya que ayer fue incluido en la convocatoria de Álvarez para medirse al Braga.

El mismo problema organizativo aparece en este ejemplo:

> [...] No en vano, no es de extrañar que con solo un año más de contrato y después de haberse entrenado en las tres últimas semanas al margen del equipo, el ex del Deportivo logre la carta de libertad por parte del club de Nervión, al igual que el resto de descartes de Álvarez [...].
>
> (*Estadio Deportivo*, 24-8-2010, pág. 13)

Mejor:

> Es posible que el ex del deportivo logre la carta de libertad por parte del club de Nervión, a pesar de que solo tiene un año más de contrato y de que en las últimas tres semanas no ha entrenado con el equipo. Correría, así, la misma suerte que el resto de descartes de Álvarez.

Veámoslo ahora al contrario:

> [...] Después de años de desencuentro, por primera vez la propuesta del Gobierno para reformar el mercado laboral se acerca a lo que piden los empresarios en un intento de facilitar la creación de empleo. Los sindicatos, por su parte, no aceptan la propuesta de extender la indemnización por despido de 33 días [...].
>
> (*Qué*, 14-4-2010, ed. Sevilla, pág. 1)

Este es el texto original. Usa oraciones subordinadas y utiliza una circunstancia temporal al principio. Es una información destacada, muy relevante según el periodista. Así nos lo presenta. Si uniéramos los dos enunciados en uno solo obtendríamos lo siguiente:

> Mientras, después de años de desencuentro, la propuesta del Gobierno para reformar el mercado laboral se acerca a lo que piden los empresarios en un intento de facilitar la creación de empleo, los sindicatos no aceptan la propuesta de extender la indemnización por despido de 33 días.

La construcción es realmente confusa y oscura. Nos exige gran esfuerzo. No vemos claro qué propone cada cual. En la redacción originaria, se separa cada lado del conflicto en un enunciado. Es visual, y la pausa nos deja tiempo para asimilar y asegurar la información.

El proceso, como podemos deducir, consiste en comenzar con estructuras más simples y complicarlas progresivamente. Podemos expresarnos al principio con oraciones coordinadas y con relativas.

Por ejemplo, si tenemos que enviar un correo electrónico para avisar a alguien de una reunión, podemos hacerlo de forma muy simple:

> La reunión del grupo de investigación será en el aula 115 el lunes 25 a las 11 horas. En ella hablaremos de las necesidades de infraestructura y del nuevo congreso.

O con estructuras más complejas:

> Querido amigo:
>
> El próximo 25 a las 11 horas tendrá lugar en el aula 115 una reunión del grupo de investigación, en la que hablaremos sobre las necesidades de infraestructura y del nuevo congreso.

> Querido amigo:
>
> Te escribo para comunicarte que la reunión del grupo de investigación tendrá lugar en el aula 115. Nos veremos el lunes 25 a las 11 horas. Para que vayas pensando propuestas, te avanzo que trataremos de las necesidades de infraestructura y del nuevo congreso.

■ **Fórmula 6:** enfatiza los datos que consideres relevantes. A la hora de organizar la información podemos destacar algunos segmentos en los que queremos que el receptor centre su atención. Para ello podemos utilizar las pausas, y poner entre comas el elemento que queramos enfatizar:

> [...] Afortunadamente mi maestro estaba allí cerca, para infundirme confianza e inspirarme alientos [...].
>
> (Octavio Paz, *Arenas movedizas*, Alianza Editorial, 1994, pág. 37)

El autor destaca el complemento de finalidad. Y esto ha tenido también una consecuencia informativa: primero comunica que el maestro estaba cerca, y luego añade que estaba para proporcionarme confianza y ánimos. Sin la pausa, quedaría reducido a una sola información, la segunda: «estaba allí cerca para proporcionarme confianza y ánimos».

Otras veces destacamos una acción que caracteriza al sujeto. Es el modo de concentrar en un solo término toda una predicación:

> [...] Embriagado, corrí hacia delante con los brazos abiertos y saltando [...].
>
> (Octavio Paz, obra citada, pág. 37)

No olvidemos que algunos segmentos deben ir entre comas porque, de lo contrario, provocamos efectos de sentido diferentes. Así, los adverbios de modalidad (los marcadores de la subjetividad del hablante) y los conectores (elementos de unión):

> Cada uno puede definir la felicidad lógicamente.
>
> Cada uno puede definir la felicidad, lógicamente.

En el primer enunciado, *lógicamente* es adverbio de modo de la acción de definir: realizamos la definición en términos lógicos. En la segunda, se califica dicha acción como evidente y conocida de todos. Los conectores con frecuencia aparecen sin alguna de sus pausas, como se observa en este fragmento:

> [...] Pero sin duda la presencia de Frank Lacy merece una mención especial, y es que está que se sale: un músico en plenitud de sus facultades, con una claridad y una limpieza en la ejecución encomiables. Por su parte German Kucich pone puro lirismo en sus intervenciones y, claro, Miguel Angel Chastang sostiene todo el andamiaje con una pulsión tan firme como lírica [...].
>
> (*Variaciones 58*, mayo 2010, pág. 46)

En este caso falta la coma tras *Por su parte*.

§ 2.4 Información principal y subordinada

Es importante jerarquizar la información que se ofrece, separando lo fundamental de lo accesorio. A continuación, indicamos unos recursos básicos para conseguirlo.

■ Sitúa la **información relevante** al principio de la frase:

> [...] En un patio de un barrio de Yaundé, capital de Camerún, todavía deben de quedar enterrados pelos rubios, casi blancos, de Calvin Wemegne Kamdem, un vecino de Alcobendas (en las afueras de Madrid). Cuando era niño, en su país, siempre iba a la peluquería acompañado de un amigo. Al acabar recogían entre los dos el pelo de Calvin y este se lo llevaba a casa. Solía cavar un hoyo en el patio y dejarlo ahí tapado, o tirarlo en la fosa séptica que compartía el vecindario [...].
>
> (www.elpais.com/articulo/madrid/Negros/color/blanco/elpepiespmad/20101227elpmad_5/Tes)

El periodista coloca en primera posición *En un patio de un barrio de Yaundé,* que sitúa lo dicho en un espacio, dato importante para el narrador. Igual ocurre con la situación temporal: *Cuando era niño* limita lo dicho a un momento del tiempo. Ambas aparecen en primera posición, destacadas con comas.

■ Utiliza breves **frases recapitulatorias:**

> [...] La meditación es, básicamente, un método para la transformación positiva de la mente y la mutación saludable de la psique. No hay yoga mental sin meditación; esto es, sin el ejercitamiento mental y psíquico que nos permita acceder a una mente más clara, equilibrada, firme y ecuánime; en suma, con más sabiduría [...].
>
> (Ramiro A. Calle: *Yoga para una vida sana*, Temas de Hoy, pág. 61).

■ Sírvete de **incisos y paréntesis** para introducir explicaciones, datos marginales, acotaciones, etc., que refuerzan la idea principal o pueden dar paso a la ironía o a comentarios lúdicos, en un desdoble polifónico del hablante. Esto es fundamental en los textos de opinión:

> [...] Desde los años cincuenta del siglo pasado, EE. UU. tiene desplegadas bombas atómicas tácticas (pensadas para ser usadas en situaciones de batalla, no para arrasar ciudades enteras) en cinco Estados de la OTAN sin arsenal nuclear propio (Alemania, Bélgica, Italia, Holanda y Turquía). Cualquier función militar de ese armamento es inconcebible en el contexto actual —tan inconcebible como una invasión por tierra a gran escala para las que fueron diseñadas— y queda más que cubierta por la combinación de fuerzas convencionales y armas nucleares estratégicas [...].
>
> (www.elpais.com/articulo/internacional/arma/debiles/elpepiopi/20101228elpepiint_7/Tes)

■ No abuses de la **repetición.** Este recurso es efectivo cuando sirve para reforzar las ideas principales, pero su uso inadecuado hace la lectura pesada, como podemos ver en el fragmento siguiente:

> [...] Habrá importantes premios para los jugadores, consistentes en diferente material deportivo, y se celebrará un gran sorteo de regalos y premios durante el *cocktail* de entrega de galardones, que se celebrará en la Terraza Océano Playabar, situada en primera línea de la playa en Punta Umbría. Obtendrán premios los diez primeros clasificados de cada categoría, aunque habrá también premios adicionales [...].
>
> (*Estadio Deportivo*, 6-8-2010, pág. 8)

Sin embargo, en este otro párrafo sí es necesaria para que la información quede clara. Repetimos *de la tarde* para que no lleve a engaño al lector.

> [...] La inscripción se cerrará mañana sábado a partir de las tres de la tarde, y el orden de salida, que será de jugadores con hándicap bajo primero, estará previsto para las seis de la tarde [...].
>
> (*Estadio Deportivo, idem)*

Otras veces está justificado su empleo para no producir ambigüedad, porque el término tiene diversos sentidos.

> [...] El lenguaje cotidiano está lleno de salidas airosas, desesperadas, imprudentes, de salidas de tono, de salidas de emergencia, como la que se aprecia en la foto [...].
>
> (J. J. Millás, en www. ELPAÍS_com.mht)

■ Utiliza la **tipografía** como mapa señalizador para marcar la jerarquización informativa del texto. El tamaño de la letra, el empleo de negrita o cursiva, así como la posición en la página orientan la interpretación del lector y la hacen más rica.

Por ejemplo, en el siguiente texto publicitario, perteneciente a una campaña de fomento a la lectura del Ministerio de Educación,



se juega con el tipo y tamaño de letra para atraer la atención del internauta. La expresión *noticia destacada* aparece como si estuviera escrita a mano, en una hojilla suelta:



Leer tiene premio

¡¡¡Ya tenemos ganadores!!!!

El 15 de diciembre se sortearon en la BNE

10 lotes de *notebooks* y libros.

Consulta aquí

(http://leer.es/leer-tiene-premio-2/)

■ Usa correctamente los **signos de puntuación** para poder jerarquizar las informaciones. Para ello, ten en cuenta las siguientes claves de su funcionamiento:

Coma	Indica pausa breve
Punto y coma	Une informaciones completas pero que forman una unidad de sentido
Punto	Separa enunciados, informaciones completas
Punto y aparte	Separa párrafos
Dos puntos	Dan paso a una enumeración, una lista de ejemplos o un discurso directo
Guion y paréntesis	Introducen informaciones marginales

A continuación, te proponemos unos sencillos consejos para que les saques el máximo partido:

• La **coma.** Este signo indica pausa breve, pero no hay que identificar la coma con cada momento en que paramos para respirar. Sobre todo, no se deben separar elementos ligados estrechamente entre sí, como sujeto y verbo, artículo y nombre o adjetivo y sustantivo. Por ejemplo, no podemos decir:

El informe del Ayuntamiento| indica que hay una deficiencia grave en el área de…

El informe del Ayuntamiento indica| que hay una| deficiencia grave en el área de…

Ni:

El informe del Ayuntamiento indica que hay una deficiencia| grave en el área de…

En el ejemplo anterior se ha separado incorrectamente el adjetivo del sustantivo al que complementa.

La pausa indicada por la coma provoca una mayor relevancia informativa al segmento afectado. Así, en el ejemplo siguiente enfatizamos la suficiencia del proyecto con el modificador *con creces:*

El proyectado presentado por usted supera, con creces, todo lo exigido por el organismo convocante.

Por eso se emplea para introducir aclaraciones de cualquier tipo, ya sea una oración de relativo explicativa (primer ejemplo), o una aposición (segundo ejemplo):

Nos encontramos en el bar, donde muchas veces ahogamos nuestra soledad.

El doctor Benítez, el nuevo contratado de Amalia, se incorporó en teoría hace unos meses, pero aún no le hemos visto la cara.

Es marca también de la elipsis de una predicación, uso muy frecuente en los titulares periodísticos:

Eminem, favorito en los premios AMA

Javier Bardem, ¿minero en Chile?

(*20 minutos*, 13-10-2010, pág. 16)

Sin embargo, no siempre se domina este recurso gráfico en los textos escritos. Mira el siguiente texto de portada. ¿Percibes algún error?:

El Supremo acusado de torturas entre aplausos de la izquierda.

(*El Mundo*, 14-4-2010, pág. 1)

Sí, falta una coma tras *El Supremo.* Es un enunciado nominal, falta el verbo, pero en los titulares se suple con la pausa.

O en este anuncio publicitario:

ANDALUCÍA, SABE
Elige nuestro saber y sabor cada día.
Calidad Certificada
distingue a los alimentos
andaluces de calidad,
para que puedas elegirlos, cada día.
CALIDAD CERTIFICADA.
JUNTA DE ANDALUCÍA.
CONSEJERÍA DE AGRICULTURA Y PESCA.

(*Paisajes*, n.º 238, 2010, pág. 91)

Hay una coma innecesaria, incorrecta, entre el sujeto (*Andalucía*) y el verbo (*sabe*).

• El **punto y coma** es el signo gráfico más complejo del español. Une dos oraciones muy relacionadas entre sí, aunque cada una aporte un significado completo. Hay muchos textos que lo evitan, y, si no estamos muy seguros de su valor, es aconsejable sustituirlo por punto y seguido. Veamos algunos ejemplos de su empleo:

Los mineros protestaban, se reunían, hablaban de encierros; no estaban preparados aún para la reconversión.

Los mineros salieron, por fin, de su encierro tras haber pactado con los sindicatos; sus mujeres siguieron con la protesta.

En ambos casos es posible —y también más frecuente y menos arriesgado— utilizar el punto en lugar del punto y coma.

• El punto y coma indica que las acciones representadas a cada lado del signo gráfico están relacionadas entre sí:

Los mineros protestaban, se reunían, hablaban de encierros, porque no estaban preparados aún para la reconversión (efecto-causa).

Los mineros salieron, por fin, de su encierro tras haber pactado con los sindicatos, pero sus mujeres siguieron con la protesta (contraposición).

• Pongamos ahora un ejemplo de una obra literaria:

Moraima vivía en medio del terror; cada mañana me suplicaba que no saliera del palacio.

(ANTONIO GALA, *El manuscrito carmesí*, RBA Editores, 1992, pág. 297)

En este último caso unimos una afirmación y la prueba de lo que decimos. Necesitaríamos un conector como *de hecho*, o *prueba de ello es que…* para mantener este mismo sentido:

Moraima vivía en medio del terror. De hecho, cada mañana me suplicaba que no saliera del palacio.

• Pero también encontramos muchos usos incorrectos, precisamente por la dificultad que encierra este signo de puntuación:

[…] Con *Just like a lady* cabe preguntarse si se está ante un disco de jazz, que sí, o si es más bien un álbum de pop; que también, al menos conceptualmente […].

(J. M. PÉREZ REY, *Variaciones*, 58, pág. 46)

Hubiera sido más correcta una coma tras *álbum de pop*, de forma paralela al otro segmento de la disyuntiva. Además, aquí no hay esa conexión entre las informaciones que justifique el empleo del punto y coma.

• El **punto y seguido** separa enunciados completos, informaciones consideradas suficientes. Será el escritor el que decida cómo presentar los hechos. Generalmente los manuales de redacción recomiendan no construir las oraciones subordinadas como enunciados independientes, es decir, entre punto y punto, sin oración principal. Como consejo para principiantes está bien, pero todos sabemos que eso no es lo que ocurre en textos más elaborados.

• Es habitual en textos publicitarios, como el siguiente:

DEJA QUE TE CUIDEMOS!

Con las bonificaciones por no siniestralidad más altas del mercado, para que sigas ahorrando:

HASTA un 65 % en pólizas a Todo Riesgo.

Y hasta un 60% a Terceros.

Con toda la garantía de una sólida compañía como Génesis, con más de 15 años en el mercado y más de medio millón de clientes.

Y con el mejor servicio, porque si te pasas a Génesis, tendrás a todo un equipo de profesionales altamente cualificado cuidando de ti.

(Anuncio de Génesis Seguros, contraportada de *Qué*, 14-3-2010)

Debemos tener en cuenta que la publicidad recurre a un tipo de texto donde los mensajes son muy directos, persuasivos, buscan la novedad, y por ello construyen así. El segundo párrafo carece de verbo. Está formado por un complemento circunstancial, *con las bonificaciones*, y una oración final, *para que sigas ahorrando*. Lo mismo sucede con los dos últimos párrafos: tampoco son oraciones completas. De este modo se pretende resaltar la información. Pero es una construcción que no debemos imitar en otro tipo de discurso.

• El **punto y aparte** separa párrafos. Señala, pues, una división temática. Cada párrafo expresa una parte del tema, según ha segmentado el escritor.

• Veamos un ejemplo:

La perversión de las lenguas

A. Villagómez

En las vísperas de la fiesta pasada supimos que el Tribunal Supremo acababa de dictar una importante sentencia sobre el régimen jurídico-administrativo de la enseñanza en Cataluña. Una sentencia en la que se censura que el castellano sea allí objeto, en palabras de los jueces del Supremo, de una «exclusión que pervierte» la Constitución y, en consecuencia, el fallo obligue a que tanto la lengua española como su vertiente catalana, deban tener la misma presencia en las aulas, a todos los efectos. La más alta autoridad judicial de la nación con esta sentencia —que se une a otras anteriores— viene así ha(sic) confirmar la doctrina del Tribunal Constitucional sobre la necesidad de replantear las relaciones entre las lenguas cooficiales en sus zonas respectivas, y el castellano, que es lengua común de todos los ciudadanos españoles. Que, a partir de la declaración constitucional de cooficialidad, el castellano haya prácticamente desaparecido de algunos territorios como lengua vehicular de la enseñanza, solo puede obedecer, como bien ha apuntado el profesor Blanco Valdes, a «una combinación del sectarismo lingüístico de los nacionalistas y la falta de coraje de los no nacionalistas». Un preciso análisis de Roberto, al que, por mi parte, solo añado que esta política equivocada y su desviada ordenación legal, ha conducido a una perversión del sistema lingüístico establecido constitucionalmente a través de la implementación antijurídica de la llamada inmersión que, a tenor de estas resoluciones judiciales, constituye, por tanto, una violación obvia y flagrante del principio de cooficialidad tal y como ha sido establecido en nuestra Constitución

La consecuencia a que jurídica y políticamente obliga este muy reciente y trascendental pronunciamiento del Tribunal Supremo no puede ser otra que, en las comunidades donde existe el sistema de inmersión como todavía es el caso de Galicia, se reformen las leyes que lo regulan para proceder a derogarlo.

(www.xornal.com/opinions/2010/12/26/Opinion/perversion-lenguas/2010122619293800606.html)

En este texto los párrafos tienen diferente extensión. El primero, más largo, expone los hechos y la interpretación del columnista, y el segundo, mucho más breve, introduce la conclusión o consecuencia jurídico-política del hecho comentado. Por ello, este último, como vemos, está formado por un solo enunciado. Esto es muy frecuente en las columnas de opinión, que a veces, al ser textos más cortos, no separan párrafos. Prefieren dar una impresión de argumentación en bloque.

• Veamos ahora, como contraste, una noticia periodística:

A la Fundación Síndrome de Down la Roja dona los 50.000 euros del premio

La Selección Española de Fútbol, ganadora del Mundial de Sudáfrica, ha donado los 50.000 euros del Premio de los Deportes a la Fundación Síndrome de Down de Madrid (FSDM), con los que se financiará la construcción de un centro para adultos con discapacidad.

28 Diciembre 10 - Madrid - Efe

Con su entrenador, Vicente del Bosque, al frente, recogieron en el Teatro Campoamor de manos del presidente este prestigioso galardón concedido por unanimidad del jurado.

Con la donación del importe económico del premio, la Selección Española de Fútbol, destaca la FSDM, «ha mostrado una vez más su implicación en acciones solidarias, aportando su granito de arena para promover, desarrollar y potenciar la plena integración

de las personas con síndrome de Down y otras discapacidades intelectuales».

Ubicado en el madrileño distrito de Fuencarral-El Pardo, el centro integral para adultos con discapacidad intelectual y sus familias que construirá la Fundación con el donativo de la Roja tendrá un centro de día, otro residencial y un tercero ocupacional.

En él se atenderá a personas adultas con discapacidad intelectual desde que cumplan 18 años hasta la tercera edad, cubriendo una variedad de necesidades diversas y cambiantes a lo largo del tiempo.

El centro se construirá en colaboración con la Obra Social de Caja Madrid en una parcela de 12.000 metros cuadrados cedida por el Ayuntamiento de Madrid.

(www.larazon.es/noticia/804-la-roja-dona-el-principe-de-asturias-a-la-fundacion-sindrome-de-down)

Casi todos los párrafos tienen la misma extensión. Están formados por un solo enunciado y expresan una sola idea. Van avanzando la información del siguiente modo:

El primer párrafo presenta el hecho de la recepción del galardón en el Teatro Campoamor.

En el segundo se recogen las declaraciones de la FSDM sobre la solidaridad de la Roja al donar el premio. Este hecho había sido anunciado en el titular.

En los tres párrafos restantes se habla del centro que se realizará con esta donación (había sido anunciado en la entradilla). El tercer párrafo describe su localización y estructura. El cuarto, las aplicaciones del centro, y el quinto, las entidades que colaboran en su construcción.

El tipo de texto (periodístico) obliga a esta segmentación de idea por párrafo, y, en este caso, de enunciado por párrafo.

• Para terminar, acudamos a otro formato expositivo: un libro de los denominados de «autoayuda». En él las informaciones aparecen de manera suelta, lo que les proporciona más énfasis.

[…] Es mi decisión y nadie puede tomarla por mí.

Sobre todo porque no resulta […].

(J. Bucay, *El camino de la felicidad*, Random House Mondadori, 2006, pág. 160)

La relación efecto-causa aparece expresada en dos líneas. Podría estar formando un solo conjunto, pero entonces perdería fuerza informativa. En la misma obra, un poco después, encontramos también:

[…] Y una vez que decidan cuál es su propósito, por favor, sean capaces de dar su vida por él.

Sean capaces de encolumnar su camino tras ese propósito, y no dejen que nada los distraiga.

No se dejen distraer por lo que otros dicen que debería ser, por lo que otros dicen que es mejor.

No se dejen convencer de que hay propósitos más elevados, más nobles, mejores que otros […].

(J. Bucay, obra citada, pág. 161)

La disposición de las frases cada una en un párrafo, con una línea en blanco entre cada grupo de dos, implica una disposición visual que cumple la función que pretende el autor: que el receptor se centre mucho en esas informaciones, no se vea agobiado por una gran cantidad de texto, sino que tenga tiempo para poder pensar. No olvidemos que es un libro donde se ofrecen consejos de cómo vivir más feliz. Se intenta ser claro y conciso: transmitir toda la información útil de manera rápida y útil y con pocas palabras.

Es lo mismo que nos ocurrirá con los textos digitales. En una presentación en *Powerpoint*, formato digital frecuente hoy en los escritos científicos y técnicos, la imagen es fundamental, ya que estos textos electrónicos se presentan como imágenes y es importante que atraigan la atención del receptor. Entenderemos mejor si aparece la información ordenada, jerarquizada y con los elementos más importantes destacados tipográficamente.

Las pausas (o blancos) son fundamentales para provocar una impresión de texto asequible y no pesado.

• **Dos puntos.** Se usan precediendo a una enumeración, o a una cita directa:

[…] Los documentos que debe aportar son: DNI, certificado de empadronamiento y ficha técnica del vehículo.

Me dirigí primero al alguacil mayor:

—Tú. Dilo tú […].

(Antonio Gala, obra citada, pág. 362)

- Pueden ir seguidos de una ejemplificación o de una oración que actúa como conclusión de lo precedente:

> Leímos varios libros sobre la época, buscamos en archivos históricos, consultamos a expertos sin éxito: habíamos fracasado en nuestro intento de aclarar los móviles de aquella actuación.

- Y para explicitar lo anunciado por catafóricos como *eso, lo siguiente:*

> Esto es lo que quiero: que me dejes en paz.

- **Guiones y paréntesis.** Ambos signos de puntuación se utilizan para señalar informaciones que se consideran marginales.

- El ***guion.*** En el siguiente ejemplo veremos algunos usos de este signo:

> [...] —¿Vienes, madre? —Estaba pálida, desencajada, casi invisible bajo su decepción—. ¿Vienes, madre? —repetí [...].
>
> (ANTONIO GALA, obra citada, pág. 363).

El primero *(¿Vienes, madre?)* introduce la intervención de un personaje. Indica un cambio de locutor: ya no habla el narrador sino un personaje concreto de la historia. El segundo *(estaba pálida...)* introduce un inciso con un comentario, como acotación escénica. El tercero *(repetí)* introduce el verbo de habla del discurso directo empleado por el narrador.

Se utiliza también en el discurso monologado para hacer un aparte, una aclaración o un comentario:

> [...] El 19, muertos sus defensores, Gibralfaro cayó. Al Zegrí, encadenado —sea para él la gloria—, se le mandó a una miserable mazmorra de Carmona [...].
>
> (ANTONIO GALA, obra citada, pág. 296)

En estos apartes el escritor juega a desdoblarse en dos voces: una que narra y otra que comenta su propio discurso. Esto implica gran reelaboración y es propio de textos de opinión.

- Los ***paréntesis*** se utilizan generalmente para insertar una aclaración:

> [...] La consejera, por último, defendió que, cuando los dirigentes del Partido Popular andaluz denuncian lo que está costando mantener el sector público andaluz (5000 millones de euros), tienen una manera «demagógica» e inaceptable de referirse a él, el cual en modo alguno se puede «demonizar» porque es «muy eficaz» en la prestación de servicios [...].
>
> (*El Mundo*, 5-5-2010, pág. 25)

En este caso concreta el segmento anterior: *lo que está costando.*

Generalmente, los paréntesis engloban un segmento de texto no muy largo. Por tanto, una estructura como la siguiente parece inadecuada:

> [...] La idea de la Junta es suprimir algunas empresas por la vía de la concentración, y eliminar cargos directivos simplificando la estructura periférica de algunas entidades y buscando una mejor gobernanza (en definitiva, calcar nuevamente la austeridad pregonada por el Gobierno que hace cinco días se *cargaba* de un plumazo 29 empresas públicas estatales y 32 altos cargos) [...].
>
> (*El Mundo*, 5-5-2010, *idem*)



2.5 Léxico

En el caso del léxico debemos tener en cuenta algunos consejos prácticos y seleccionar las palabras adecuadas y precisas:

- Es necesario elegir las palabras que tengan relación con el tema tratado **(palabras especializadas).** Así, en un artículo científico utilizaremos términos abstractos y técnicos, y en un artículo periodístico podemos optar por términos más coloquiales, evitando cultismos o tecnicismos. En el lenguaje publicitario, por el contrario, se utilizan estos para darle un toque de veracidad y cientificismo al producto:

> **PULEVA CALCIO CON ISOFLAVONAS DE SOJA**
>
> PULEVA, en su línea de ofrecer alimentos lácteos que ayuden a mantener una dieta sana y equilibrada, ha desarrollado PULEVA CALCIO con Isoflavonas de Soja, leches semidesnatada y desnatada enriquecidas en calcio, extracto de soja y vitaminas A y D.
>
> **PULEVA CALCIO con** Isoflavonas de soja es una leche funcional desarrollada especialmente para ayudar a la mujer a mitigar los síntomas de la menopausia a partir de los 40 años.
>
> Y todo ello, conservando todo el sabor de la leche PULEVA CALCIO de siempre.
>
> (www.puleva.es/pf/productos/soja/index_soja.html)

En el siguiente aparece una creación terminológica: *Bifidus ActiRegularis.*

> ACTIVIA de DANONE es un alimento lácteo fermentado con Bifidus ActiRegularis: un ingrediente exclusivo de DANONE que ayuda a regular el tiempo de tránsito intestinal en sólo dos semanas.
>
> (www. ciao.es/Danone_Activia_Desnatado_Natural_0__1053528)

■ Debemos ser coherentes con el **tono del texto:** didáctico, técnico, objetivo, histórico… Así, no debemos unir términos muy coloquiales con otros formales o técnicos, o incluir aspectos subjetivos en un texto científico o de tono objetivo:

> […] Pero el trazo grueso del discurso de Rajoy ha sido adelantado por Soraya Sáenz, quien este martes, en rueda de prensa tras la Junta de Portavoces, ha adelantado que estarán «atentos» a las explicaciones de Zapatero sobre cómo ha gestionado la crisis, pero no solo estos últimos días sino también, «los dos últimos años», y actuarán «en consecuencia». El dedo acusador se dirigirá sobre todo contra el ministerio de Fomento, **José Blanco**, por ser «el directamente implicado».
>
> El PP, en este sentido, anda con la "mosca detrás de la oreja" al ver que ahora parece que Blanco está dando un paso atrás en relación con aplicar sanciones o exigir las responsabilidades que había anunciado contra los huelguistas. Y es que el ministro ha dicho que hay que distinguir entre «los cabecillas» que dirigen el sindicato de la USCA y los que se sintieron «coaccionados» para no acudir a sus puestos de trabajo. **Sáenz** explicó que su partido quiere que «se aplique la Ley en toda su extensión sobre quien haya incurrido en un ilícito (sic) de tipo administrativo o penal». […]
>
> (www. diariocritico.com/2010/Diciembre/nacional/242071 /zp-controladores-parlamentoprint. html)

En esta noticia periodística de tema político, llama la atención la expresión *andar con la mosca detrás de la oreja*, que es coloquial y poco adecuada al tono del texto, aunque, evidentemente, llega más al receptor.

En un texto narrativo podemos mezclar estilos diferentes, pues, por lo general, la caracterización de los personajes lo permite.

■ Es aconsejable evitar **neologismos, préstamos o calcos,** siendo preferible decantarse en general por el término español equivalente.

Por ejemplo, usar *camarero* en lugar de *«barman», consorcio* en lugar de *«holding», patrocinador* y no *«sponsor», entrada* y no *«input», aparcamiento* y no *«parking», autoservicio* en lugar de *«self-service», exceso de reservas* y no *«overbooking»*…

> 28 años de la expropiación del holding Rumasa a Ruiz Mateos
>
> (www.rtve.es/rtve/20110221/rumasa-28-anos-despues/409905.shtml)

• Sin embargo, en una persona con gran dominio del lenguaje, el neologismo puede ser una muestra de ingenio. Veámoslo en este fragmento de crítica de cine sobre la película *El escritor fantasma:*

> Pero hay algunos elementos que me chirriaron y que por tanto han lastrado mi manera de recordarla. En primer lugar, no se entiende que para afirmar el carácter mafioso (o *cioso,* de la CIA) de determinados elementos importantes de la trama el escritor fantasma acuda a Google, y no lo haya hecho el (supuesto) criminal primer ministro que le ha empleado para que escriba, como negro, sus memorias.
>
> (Juan Cruz, en www.elpais.com,3-4-2010)

El autor ha creado el término *cioso*, derivado de CIA, en paralelismo con *mafioso*, derivado de *mafia.* Esto provoca una correlación de significados, una asociación de ideas no explícitas, pero que el receptor puede inferir por asociación: es decir, los procedimientos de la CIA son comparables a los de la *mafia.*

• Conviene evitar expresiones marcadas por la moda o por usos afectados. Veamos este texto:

> RENTRÉE
>
> Tiempos, ay, dolor, aún tan ajenos al *low cost,* aquel vivir sin Red, tan pausado, apacible, en los que la voz *vacación,* casi lexicográficamente inexistente. Ni «rentrée», ese retorno sempiterno (gobiernos, afanes, aulas, termómetros), solo para aquellos privilegiados escasísimos, sus prolongados, gozosos, viscontianos «veraneos». *Sic transit.* Hogaño: en tal tiempo apresurado, pura exhalación, Proust, largos párrafos de asmático, su magdalena parsimoniosa, hoy imposibles literarios. Adiós estío, ya siempre es «rentrée». Bienhallados.
>
> (Erasmo, en «Conjeturas», *El Mundo*, 1-8-2010, pág. 3)

Evidentemente, este texto no es posible en una comunicación habitual. La información no llegaría al receptor tanto por el léxico empleado (mezcla de extranjerismos, latinismos, términos



arcaicos como *hogaño…*) como por ciertas libertades sintácticas del texto (en la primera frase falta el verbo). Sí se entiende en el contexto de esta sección del periódico, titulada *Conjeturas,* cuya estructura sintáctica anómala indica que la información está construida a partir de jirones, para que nosotros, lectores —presuntamente— inteligentes, las relacionemos y lleguemos a deducir la idea que quiere transmitir el autor. De este modo, se dice mucho sin hacerlo explícitamente.

Observemos este otro fragmento:

> […] Y lejos de defender la honorabilidad de la 'primera dama' francesa, por aquí hemos establecido un debate sordo sobre si el currículum amoroso de la antojadiza Carla no es más que la hoja de servicios de una prostituta *high class.* […]
>
> (Paco Reyero, en www.larazon.es/noticia/1054-el-honor-de-francia)

En español existe la expresión *prostituta de lujo,* que se corresponde con la forma inglesa que aparece en el texto. ¿Por qué utilizar esta, pues? Posiblemente por el alejamiento que supone usar un código distinto. El lector no llega tan directamente a él, y quita fuerza a la calificación negativa. Otra opción es el mero esnobismo.

• Si vamos a utilizar extranjerismos debemos hacerlo de forma adecuada. Así, es muy frecuente que utilicemos en textos técnicos y en discursos la expresión *grosso modo,* pero de forma incorrecta: **a grosso modo.* Lo mismo ocurre con **de motu propio,* construcción incorrecta. El latinismo es *motu proprio* ('por iniciativa propia').

• Cuando los términos ya se han castellanizado, hay que tener cuidado con no mezclar: así si usamos *currículo* o *currículum,* términos ya castellanos, no debemos añadir *vitae.* O usamos el latinismo completo, *curriculum vitae,* o lo dejamos en *currículo* o *currículum.* Cuidado con *standard,* término inglés, del que encontramos variantes como **stándar,* **standares,* **estándard…*, todas ellas incorrectas. En español ya es correcto *estándar*. Su plural es *estándares.*

■ Debemos huir de los **dialectalismos, modismos** o elementos pertenecientes a un registro muy marcado. Podemos usarlos, pero conscientes de que el tono del texto va a cambiar, y que no son adecuados en un registro formal. Es decir, no pueden aparecer en textos administrativos, académicos, etc.

No podemos reclamar por escrito al ayuntamiento una plaza de aparcamiento «para meter el buga», ni solicitar una vivienda de protección oficial indicando en la instancia «No tengo choza, y ya está bien de ir de pringao».

Tampoco sería adecuado que pusiéramos un anuncio solicitando trabajo en estos términos:

> Se ofrece manitas para cualquier curro que salga. Soy muy apañao y valgo tanto para un roto como para un descosido.

■ No conviene utilizar **expresiones sexistas o xenófobas,** términos discriminatorios, ni expresiones de contenido negativo, con carga desagradable o malsonantes. Raras veces puede admitirse esto en un escrito.

> Estimado Sr. director de la televisión privada x: no suelo ver mucho la televisión a mediodía, pero cuando lo hago me siento muy ofendida por el conjunto de personajillos que encuentro en los programas de su cadena: marujas, chulillos y algún que otro *gay.*

No debemos usarlos en discursos públicos, sobre todo. Evidentemente, en una conversación privada, en un mensaje dirigido a una persona de gran confianza, podemos, bajo nuestra responsabilidad, dar rienda suelta a nuestras emociones. Pero incluso ahí está mal visto socialmente. Por eso, en textos periodísticos, cuando se recogen, se ponen en boca de otros personajes:

> *Los problemas de Ciutat Vella*
>
> «Hay muchas más robos que nunca»
>
> El restaurador Xefo Guasch se queja de que «la policía brilla por su ausencia»
>
> (www.elpais.com/articulo/cataluna/Hay/muchas/putas/elpepiespcat/20090901elpcat_3/Tes)

Igualmente, es poco adecuado este titular:

> «Ojalá no se la metan doblada»
>
> (*El Mundo,* 1-9-2010, pág. 5)

que es una cita puesta en boca de un político: «Ojalá no se la metan doblada, como se la metieron el año pasado».

■ Conviene prescindir de las acotaciones personales, del **exceso de emoción** o de elementos subjetivos. Así, encontramos en la página web de un hotel los siguientes comentarios:

«Estupendisimo hotel, un cuatro estrellas de verdad para Venecia»

Hotel a La Commedia

El hotel está perfecto es totalmente nuevo, está en el centro al ladito del puente de Rialto, nosotros estuvimos en la habitación 201 y es una maravilla, la cama principal grande con una especie de dosel y la otra es el sofá-cama, de esos sofás-cama-italiano con colchón bueno de 1,40 por 2 que como cama son estupendos (yo tengo uno), el baño impecable con bañera y con dos lavabos, un espejito de súper aumento y detalles de aseo. Caja fuerte en la habitación, minibar, aire acondicionado, o sea todo lo que tiene que tener un 4*.

«Un sueño»

Hotel a La Commedia

Un hotel encantador, pequeño y acogedor, con un personal atentísimo y unas habitaciones que parecían sacadas de una película: no muy grandes pero decoradas con muchísimo gusto, muy céntrico. Casi al lado del puente de Rialto, con dos paradas de Vaporetto cerquísima y la plaza de Marcos a poca distancia, a la que se llega siguiendo calles con varios restaurantes estupendos. El precio es algo elevado pero lo vale con creces, sobretodo (sic) si vas (como nosotros) unos pocos días en una escapada con tu mujer y quieres sentir un toque de exclusividad.

(www.tripadvisor.es/ShowUserReviews-g187870-d614361-r62268812-Hotel_a_La_Commedia-Venice_Veneto.html)

En estos fragmentos hay muchos elementos evaluativos:

- intensificadores: *estupendísimo, de verdad, totalmente nuevo, al ladito, súper aumento, atentísimo, muchísimo, muy, cerquísima, con creces,*
- léxico valorativo: *estupendísimo, maravilla, bueno, estupendos, impecable, exclusividad,*
- aliteración: *encantador, acogedor,*
- variantes sinonímicas: *pequeño/no muy grandes, cerquísima/a poca distancia.*

Estos textos intentan persuadirnos de que reservemos en este hotel, pero la acumulación puede resultar contraproducente y llevarnos a pensar que no son comentarios reales de visitantes, sino autopropaganda del mismo establecimiento.

■ Es preferible practicar la **amabilidad** y la cortesía con el destinatario del mensaje. Evitemos términos agresivos, conminatorios o que puedan herir su sensibilidad. No acumulemos expresiones de obligación o de mandato. Si no somos amables con el receptor no conseguiremos nada de él. Esto lo saben muy bien los publicistas. Así, en el siguiente aviso que aparece al final de los mensajes de Atrápalo, un buscador de hoteles y viajes, encontramos:

Ayúdanos a llegar siempre a tu bandeja de entrada. Guarda nuestra dirección de correo no-reply@boletin.atrapalo.com en tu libreta de direcciones para que tu gestor de correo no nos envíe a la carpeta de SPAM.

¿Quieres dejar de recibir este e-mail? Pulsa aquí.

Actualmente estás suscrito a este boletín con la cuenta aaa@uu.com. Si quieres que te enviemos este e-mail a otra cuenta de correo, modifica tus datos.

Por favor, no respondas a este e-mail.

Si tienes cualquier pregunta o sugerencia dirígete al Centro de Ayuda.

Este mensaje publicitario trata al receptor con amabilidad, incluso con complicidad. Recaba su colaboración *(Ayúdanos)*, atenúa las fórmulas imperativas *(Por favor)*, recurre a fórmulas interrogativas para motivar una acción *(¿Quieres dejar de recibir este e-mail?)*. Así involucra al receptor en el mensaje.

■ Debemos buscar, ante todo, la **claridad.** Evitemos la ambigüedad, a no ser que la utilicemos conscientemente como mecanismo argumentativo, pero entonces necesitaremos gran finura en la redacción. Utilicemos un lenguaje preciso y variado. Esto enriquecerá al texto y conseguirá captar mejor la atención del receptor. Un ejemplo para ilustrarlo puede ser el fragmento siguiente de una columna de opinión. En ella se hace una crítica teatral con gran riqueza y precisión léxicas:

Nuria Espert es un tesoro nacional; una energía, una tradición cultural de respeto al texto, de creatividad y de potencia. El monólogo que pone en pie en la sala pequeña del Teatro Español, en Madrid, es una lección de contención dramática; a partir de un texto preñado de metáforas, *La violación de Lucrecia*, de William Shakespeare, la actriz que hizo *Yerma* de Lorca o que hizo *Las criadas* de Genet, edifica un personaje múltiple, es una

mujer, es hombres, expresa ternura, indefensión, violencia, cobardía, se manifiesta sobre el amor, la muerte, el odio, explica los símbolos del tiempo, y todo lo hace cambiando los registros en décimas de segundo [...].

(JUAN CRUZ, en www.blogs.elpais.com/juan_cruz)

■ Huyamos de **muletillas** y términos vacíos de contenido: *cosa, asunto, objeto, tema, cuestión, bueno, vale, entonces, ¿me entiendes?...* Entran aquí también los clichés o frases hechas, que restan riqueza al texto: *venir como anillo al dedo, poner un broche de oro a..., más bueno que el pan, manso como un cordero...* Pertenecen a la lengua coloquial y son poco originales. Imaginemos el siguiente fragmento en una carta de recomendación, claramente inadecuado:

> En relación con la solicitud de información acerca de don Fulano de Tal, que ha solicitado un puesto de director técnico en su empresa, le informo de que es más bueno que el pan. Su trabajo es excelente. Es una persona seria y trabajadora y con grandes dotes de mando.

■ Se ha hecho frecuente recurrir a **perífrasis**, que, en su origen, pretenden ocultar un término que se considera poco adecuado a la situación comunicativa. Generalmente tienen un fin atenuativo. Así *faltar a la verdad*, en lugar de *mentir*, *interrupción voluntaria del embarazo* en lugar de *aborto*, o *prestación social de desempleo* en lugar de *paro*.

• En el lenguaje administrativo, el político y el mediático es frecuente recurrir a expresiones que bien podrían simplificarse. De esta forma dilatamos el discurso, recurrimos a formas ampulosas, generalmente con términos abstractos, y pensamos que damos un toque «intelectual» al lenguaje, cuando en realidad estamos usándolo de forma inadecuada. Debemos sustituir *hacer entrega* por *entregar*; *hacer mención* por *mencionar*; *hacer público* por *informar, divulgar* o *publicar; proceder a la identificación de* por *identificar a; proceder a la apertura de...* por *abrir; dar comienzo* por *comenzar...*

> Motril hace entrega de 5 becas de apoyo educativo para personas con discapacidad.

(www.imotril.es/actualidad/motril/1769-motril-hace-entrega-de-5-becas-de-apoyo-educativo-para-personas-con-discapacidad)



> Llegan a México los familiares de los desaparecidos para proceder a la identificación de los cadáveres. Podrían ser necesarias pruebas de ADN para identificar a la segunda víctima

(www.elmundo.es/elmundo/2010/08/01/barcelona/1280683056.html)

• Conviene igualmente evitar los pleonasmos, es decir, el empleo de términos redundantes: *sube para arriba, verlo con los ojos, entrar para adentro, volver a reiterar, más mayor.*

■ Hay que buscar siempre la **sencillez** y evitar la ampulosidad y la afectación, huyendo de la exageración, la hipérbole y las intensificaciones abusivas. Por ejemplo, no consideraríamos adecuado que un empleado se dirigiera a nosotros, en una entrevista de trabajo, del siguiente modo:

> Estimado señor director: sería para mí un honor, una gracia que no esperaba conseguir, que usted y su empresa, en su infinita magnanimidad, se dignaran conceder un puesto a este su humilde servidor.

Tampoco sería adecuado el siguiente informe, cuando la policía nos pide que relatemos por escrito las circunstancias de un accidente:

> El accidente se produjo cuando el coche invadió la calzada a 200 por hora, llevándose por delante todo lo que había. Provocó un estruendo que nos destrozó los oídos y que rompió cristales, coches, etc. El tío iba tan bebido que le salía el alcohol por los ojos. Vamos, como una cuba, que se le preguntaba y no decía ni mu. Zumbao perdío.

En este caso la oralidad lleva a usar comparaciones exageradas, que limitan la precisión del texto.

■ Debemos tener cuidado con no confundir palabras **parónimas** (semejantes fónicamente) u **homónimas** (idénticas fónicamente pero de contenido distinto):

> *Se prevee un aumento de la temperatura en los próximos días.

Lo correcto es: *Se prevé un aumento...* Frente a: *Lo provee de lo necesario para pasar el frío invierno.*

• Existen ciertos términos parónimos que pueden provocar equívocos. Nos referimos a parejas como:

• *accesible* ('de fácil acceso') / *asequible* ('que puede conseguirse')

- *acto* ('acción') / *apto* ('idóneo, hábil')
- *destornillarse* ('desconcertarse hablando sin seso') / *desternillarse* ('reírse mucho')
- *especie* ('conjunto de cosas semejantes') / *especia* ('sustancia vegetal usada como condimento')
- *espirar* ('exhalar') / *expirar* ('morir')
- *fragante* ('perfumado') / *flagrante* ('evidente')
- *infestar* ('causar estragos') / *infectar* ('producir o transmitir una infección')
- *infringir* ('violar una norma, quebrantar') / *infligir* ('imponer castigo')
- *prejuicio* ('tener un juicio previo') / *perjuicio* ('daño').

■ Hay que utilizar las **derivaciones** de forma correcta: *poner* no *posicionar* (aunque este ya esté admitido), *rentabilidad* y no *rentabilización, culpar* en lugar de *culpabilizar, desalojo* y no *desalojamiento, comparencia* en lugar de *comparecimiento,* que no existe, *pifia* o *pifiar* y no *picia* o *piciar.*

Debemos evitar las incorrecciones semánticas: *concienciar* y *convencer* no son sinónimos. Así, no podemos decir:

Mi hijo me concienció para que dejara de fumar.

Sino:

Me convenció de que dejara de fumar.

Me concienció de lo perjudicial que era el tabaco y de las muchas enfermedades que provocaba.

Tampoco debemos decir:

El presidente dimitió al ministro.

Sino:

El presidente cesó al ministro/El ministro dimitió de su cargo.

Igualmente incorrecto es promocionar una cerveza porque está *exenta* de alcohol, como *carente* de alcohol. El significado de *exento* es 'libre, desembarazado de algo' que le supone un perjuicio.

Muy extendido está el calco semántico del francés *jugar un papel*. En español es más correcto *desempeñar un papel.* O *es un hecho puntual*. Lo correcto es *aislado.*

RECUERDA

Busca la claridad, precisión, sencillez y rentabilidad en la expresión. Para ello:

- **Dosifica la información.**
- **Emplea las pausas de forma adecuada a tu intención comunicativa.**
- **Jerarquiza la información en principal y subordinada.**
- **Destaca los segmentos más relevantes.**
- **Utiliza el léxico con propiedad, huyendo de la ampulosidad, los extranjerismos y las construcciones ambiguas.**



¿Cómo construir un texto?

Guía práctica de escritura y redacción



Instituto Cervantes

La organización del párrafo

La unión de oraciones constituye un párrafo. Aparece marcado en la escritura con el signo gráfico del punto y aparte, que es interpretado por el receptor como un: «Haz una pausa, descansa y piensa». Este respiro nos permite asimilar la información anterior y nos dispone para recibir una nueva. Tenemos que dosificar esas pausas en relación con nuestra intención.

1.1 Su estructura

■ Nunca debemos olvidar que en la comunicación escrita el texto es el único medio para hacer llegar a otra persona el contenido que queremos transmitir. Es nuestra única vía de expresión y debe recoger toda nuestra intención. Esto es difícil porque de la mente al papel o al ordenador hay un largo recorrido. En la lengua oral contamos con los gestos, la mirada, la expresión corporal, como apoyos, y podemos corregir sobre la marcha. En la lengua escrita debemos revisar.

■ La estructura del texto nos va a ayudar si la usamos bien, o va a actuar contra nosotros si no la controlamos. Para ello, tenemos que recordar unas reglas sencillas, que ya expusimos al principio del libro:

- El texto se define por su **unidad temática.** Es decir, todo gira en torno a una sola idea principal y básica. Si no, tendremos más de un texto. Al mismo tiempo, la información tiene que ir progresando a lo largo de sus párrafos. Cada uno de ellos expresa parte del tema o tópico textual.
- Tiene que presentar una **estructura** definida. Hay que señalar claramente:
  - El inicio o la introducción.
  - El final del texto.
  - La división en párrafos, de manera que sea muy visible para el lector.

Hay textos «abiertos»: su final no está marcado, en teoría podrían continuarse y actúan como una invitación al receptor para que complete él la información, aporte su propia experiencia y lo continúe. Así, tendríamos en potencia tantos textos como lectores. Sin embargo, esto exige una gran pericia. Lo habitual, y es la recomendación más útil que debemos seguir para escribir, es marcar claramente el cierre del texto.

- Sus partes tienen que estar relacionadas entre sí. Para ello se usan los **medios de cohesión.**

■ Pero de su organización pueden deducirse diferentes conclusiones. Imaginemos que vamos a escribir un pequeño artículo sobre un acontecimiento concreto, la huelga general en España. Tendremos que:

- Introducir el tema, anunciar de qué vamos a hablar.
- Exponer contenidos como:
  - Causas.
  - Incidencia de la huelga.
  - Interpretación de los sindicatos.
  - Interpretación del gobierno.
  - Interpretación de la ciudadanía.
  - Incidentes ocurridos.
  - Interpretación de los mismos por parte de los distintos colectivos implicados, así como por parte de los medios de comunicación.
- Elaborar unas conclusiones.

■ ¿Qué hacemos? Lo más sencillo es redactar un párrafo por cada uno de estos puntos. Tendríamos, pues, nueve párrafos (P). Si son muy breves, podemos unir los que tienen algún punto en común. Por ejemplo, la interpretación de sindicatos, gobierno y ciudadanía, o los incidentes y su interpretación. Es decir, el esquema podría ser:

- P1: introducción,
- P2: causas,
- P3: incidencia,
- P4: interpretación de sindicatos, gobierno, ciudadanía,
- P5: incidentes e interpretación de los mismos,
- P6: conclusiones.

Si, por el contrario, los unimos del modo siguiente:

- P1: introducción y causas,



• P2: incidencia e interpretación de sindicatos,

• P3: interpretación de gobierno y ciudadanía,

• P4: incidentes,

• P5: interpretación de los mismos,

• P6: conclusiones,

estamos separando la postura de los sindicatos, de la del gobierno y la ciudadanía, que parecen presentarse conjuntamente, en un mismo grupo.

Esto, como vemos, transmite una postura ideológica. ¿Es lo que pretendemos? Perfecto. Pero si lo hacemos por error, damos una imagen de nuestra posición ideológica que puede no corresponderse con la realidad, o con lo que nos interesa transmitir a determinados receptores.

■ La razón de ello es que todo lo que aparece en un párrafo se presenta como ligado entre sí. Son informaciones relacionadas que forman parte del mismo paquete. Por tanto, organicemos los paquetes antes de empezar y luego, al final, cuando lo terminemos, volvamos a resumir las ideas de cada párrafo y miremos si tienen el orden correcto y si están relacionados los aspectos que queremos.

Es un error alterar el orden, porque no se corresponde con lo que el lector tiene en su mente. Recordemos que cuando hablamos no transmitimos información a una mente en blanco, sino que el lector tiene una serie de conocimientos, presupuestos, ideas, sentimientos, etc. Cada uno interpreta lo que lee según su ideología, actitudes, formación y según los conocimientos que tiene en su base de datos mental. El lector conserva en su memoria cierto «orden natural» de las cosas. Si no lo respetamos, provocamos confusión.

■ Utilizando el ejemplo anterior, imaginemos una redacción organizada del siguiente modo:

• P1: introducción,

• P2: incidencia de la huelga,

• P3: interpretación de los sindicatos,

• P4: causas,

• P5: interpretación del gobierno,

• P6: incidentes,

• P7: interpretación de la huelga por parte de los ciudadanos + interpretación de los incidentes. Conclusión.

El lector se ve confundido, y no capta toda la información, aparte de inferir una postura poco ordenada de nuestro cerebro y por tanto, poco creíble.

Por las mismas razones antes expuestas, cuando leemos un texto sobre un tema que no nos es completamente nuevo, unimos esto a lo que ya conocemos y esperamos que se traten ciertos asuntos. Por ejemplo, si en la información anterior no se alude a los incidentes y solo aparece la interpretación de una parte, sabemos que es un texto ideológico. Esto puede ser peligroso, y, al menos, no respeta nuestra intención.

Por tanto, cuidado con qué decimos y qué callamos, y cómo organizamos la información. Solo tenemos ese escrito como defensa.

■ En la segmentación del texto en párrafos hay ciertas normas básicas que debemos recordar:

• **Evitar el párrafo-texto**, es decir, el párrafo monolítico donde la información aparece sin fragmentar, en un único bloque: todo está relacionado y no damos espacio al lector para descansar.

• Imaginemos un texto como el siguiente:

> Estira la pasta quebrada y hornéala unos 10 minutos a 180º. Saca la pasta del horno y coloca sobre ella la crema pastelera, el plátano en rodajas y encima las uvas peladas hasta cubrirlo todo. Extiende la mermelada por encima y mete la tarta en el horno a 160º unos 20 minutos. Mientras, haz merengue montando las claras y añadiendo el azúcar, y decora con él la tarta una vez fuera del horno. Por último, gratínala un minuto y adorna con las guindas y las almendras fileteadas.

Se trata de una receta de cocina. Podría quedarse así, ¿verdad? Pero si lo dispusiéramos de otro modo quedaría más claro. ¿Cómo nos guiaríamos? Efectivamente, por los conectores.

Veamos ahora el texto original:

> [...] Estira la pasta quebrada y hornéala unos 10 minutos a 180º. Saca la pasta del horno y coloca sobre ella la crema pastelera, el plátano en rodajas y encima las uvas peladas hasta cubrirlo todo. Extiende la mermelada por encima y mete la tarta en el horno a 160º unos 20 minutos.
>
> Mientras, haz merengue montando las claras y añadiendo el azúcar, y decora con él la tarta una vez fuera del horno.





Por último, gratínala un minuto y adorna con las guindas y las almendras fileteadas [...].

(*1069 recetas*, Asegarce-Debate, 1996, pág. 690)

• Esta presentación en un solo bloque es frecuente en algunas columnas de opinión, donde se busca una mayor condensación informativa:

EL QUINTO PINO «AYUNAMIENTO»

César Lumbreras

En este curso político que acaba de comenzar toca elegir a los que regirán nuestros Ayuntamientos, mejor dicho, nuestros «ayunamientos», porque así es como se encuentran en líneas generales estas corporaciones de derecho público, «ayunas» dinero, con las arcas vacías, y debiendo hasta de pagar sus deudas. Creo que no somos conscientes todavía de la situación real en la que se encuentran cada uno de nuestros «ayunamientos», sin un euro para cumplir con su personal de plantilla, los autónomos y las pequeñas, medianas y grandes sociedades que les prestan servicios. Y mucho me temo que eso se va a tener que notar más tarde que temprano. Ya aparecen noticias que anuncian que una determinada empresa deja de recoger la basura, por ejemplo, ante el «ayuno» económico al que se ve sometida por parte de un «ayunamiento» concreto. La cosa irá a más porque estas entidades se han quedado sin ingresos, o con estos mucho más reducidos, por el hundimiento de la construcción, la menor actividad económica y el recorte en el dinero que reciben de las arcas estatales en virtud de la normativa vigente. Una de las soluciones, consistente en aumentar su nivel de endeudamiento, no va a ser posible si se cumplen los proyectos de Zapatero. Total, que nos pongamos como nos pongamos, me parece que no van a tener más remedio que recurrir a la subida de los impuestos y las tasas municipales. No envidio a los alcaldes y concejales que salgan de las próximas elecciones, acorralados por las deudas y la necesidad acuciante de tomar medidas drásticas e impopulares para hacer frente a la situación de cada «ayunamiento». Me temo que nos van a adelgazar nuestros bolsillos.

(*La Razón*, 2-9-2010, pág. 12)

Este comentario sobre la situación de endeudamiento de los ayuntamientos presenta todas las ideas formando un solo paquete, se muestran los hechos relacionados entre sí.

Si hubiéramos segmentado el texto, la atención del receptor descansaría en cada aspecto, y el rendimiento informativo sería mayor. Además, se ven las informaciones al mismo nivel, con el mismo peso, no como relacionadas o dependientes de una idea principal. La formulación podría ser:

En este curso político que acaba de comenzar toca elegir a los que regirán nuestros Ayuntamientos, mejor dicho, nuestros «ayunamientos», porque así es como se encuentran en líneas generales estas corporaciones de derecho público, «ayunas» de dinero, con las arcas vacías, y debiendo hasta de pagar sus deudas.

Creo que no somos conscientes todavía de la situación real en la que se encuentran cada uno de nuestros «ayunamientos», sin un euro para cumplir con su personal de plantilla, los autónomos y las pequeñas, medianas y grandes sociedades que les prestan servicios. Y mucho me temo que eso se va a tener que notar más tarde que temprano.

Ya aparecen noticias que anuncian que una determinada empresa deja de recoger la basura, por ejemplo, ante el «ayuno» económico al que se ve sometida por parte de un «ayunamiento» concreto. La cosa irá a más porque estas entidades se han quedado sin ingresos, o con estos mucho más reducidos, por el hundimiento de la construcción, la menor actividad económica y el recorte en el dinero que reciben de las arcas estatales en virtud de la normativa vigente.

Una de las soluciones, consistente en aumentar su nivel de endeudamiento, no va a ser posible si se cumplen los proyectos de Zapatero. Total, que nos pongamos como nos pongamos, me parece que no van a tener más remedio que recurrir a la subida de los impuestos y las tasas municipales. No envidio a los alcaldes y concejales que salgan de las próximas elecciones, acorralados por las deudas y la necesidad acuciante de tomar medidas drásticas e impopulares para hacer frente a la situación de cada «ayunamiento». Me temo que nos van a adelgazar nuestros bolsillos.

Comienza exponiendo el tema, sigue su opinión sobre la gravedad del mismo, y en los dos últimos párrafos se exponen los datos sobre dicha situación y la posible (o imposible) salida de la misma.

• La construcción «monolítica» no siempre es un defecto, sino que puede ser un rasgo de estilo que persigue un efecto preme-



ditado. Es lo que hace J. Saramago en *El viaje del elefante*, construido sin un solo punto y aparte y con un empleo personal de los otros signos de puntuación. Rompe, así, lo esperado en una novela y obliga al lector a participar en la propia interpretación del texto.

> [...] Por más incongruente que le pueda parecer a quien no ande al tanto de la importancia de las alcobas, sean estas sacramentadas, laicas o irregulares, en el buen funcionamiento de las administraciones públicas, el primer paso del extraordinario viaje de un elefante a Austria que nos proponemos narrar fue dado en los reales aposentos de la corte portuguesa, más o menos a la hora de irse a la cama. Quede ya registrado que no es obra de la simple casualidad que hayan sido aquí utilizadas estas imprecisas palabras, más o menos. De este modo, quedamos dispensados, con manifiesta elegancia, de entrar en pormenores de orden físico y fisiológico algo sórdidos, y casi siempre ridículos, que, puestos tal que así sobre el papel, ofenderían el catolicismo estricto de don juan, el tercero, rey de portugal y de los algarbes, y de doña catalina de Austria, su esposa y futura abuela de aquel don sebastián que irá a pelear a alcácer-quivir y allí morirá en el primer envite, o en el segundo, aunque no falta quien afirme que feneció por enfermedad en la víspera de la batalla. Con ceñuda expresión, he aquí lo que el rey comenzó diciéndole a la reina, Estoy dudando, señora. Qué, mi señor, El regalo que le hicimos al primo maximiliano, cuando su boda, hace cuatro años, siempre me ha parecido indigno de su linaje y méritos, y ahora que lo tenemos aquí tan cerca, en valladolid, como regente de españa, a un tiro de piedra por así decir, me gustaría ofrecerle algo más valioso, algo que llamara la atención, a vos qué os parece, señora, Una custodia estaría bien, señor, he observado que, tal vez por la virtud conjunta de su valor material con su significado espiritual, una custodia es siempre bien recibida por el obsequiado, Nuestra iglesia no apreciaría tal liberalidad, todavía tendrá presente en su infalible memoria las confesas simpatías del primo maximiliano por la reforma de los protestantes luteranos, luteranos o calvinistas, nunca lo supe seguro [...].
>
> (José Saramago, *El viaje del elefante*, Alfaguara, 2008, págs. 11-12)

• **La publicidad prefiere, por el contrario, los párrafos muy cortos:**

Living Nebrija Nebrija Universidad
Living Universidad La Universidad en Vivo

La Universidad con mayor porcentaje de dobles titulaciones, titulaciones bilingües y nuevas carreras de futuro. www.nebrija.com

(*El Mundo*, 5-5-2010)

• **La división debe estar ajustada al tema,** y no alterar estructuras sintácticas. Veamos la siguiente noticia periodística:

> DIRECTIVA PROMETIÓ QUE LA CONVOCARÍA
>
> Falta 1 día para la convocatoria de la Junta.
>
> Mañana es el 'Día D' para el futuro del club.
>
> **Dentro de 24 horas, el consejo de administración se pronunciará sobre la organización de la Junta que piden los administradores de Farusa.**
>
> J. Julián Fernández - Sevilla
>
> El beticismo vive hoy la víspera de la que puede ser una jornada trascendental para el futuro inmediato de la entidad de las trece barras. Dentro de 24 horas, se sabrá definitivamente si el consejo de administración heliopolitano respeta la promesa que hizo a los administradores judiciales de las acciones de Farusa y convoca una Junta General Extraordinaria de Accionistas.
>
> La cita tendrá lugar mañana, cuando los consejeros verdiblancos se reúnan en la planta noble del Ruiz de Lopera y decidan sobre la pertinencia de organizar la asamblea de compromisarios y la fecha en la que tendría lugar. En este sentido, la mayoría de los miembros de la cúpula decisional bética ha manifestado públicamente que votará a favor de la celebración de la misma, aunque existen dudas al respecto de que esto termine ocurriendo.
>
> Sobre todo, por dos motivos. El primero es que hace menos de un mes, el mismo consejo anuló la Junta que estaba prevista para el pasado día 20. Pero es que, además, la promesa que hizo el club a los interventores judiciales del paquete mayoritario de colaborar con ellos pareció caer en saco roto la pasada semana. Y es que tanto Gordillo como Gómez Porrúa denunciaron que no se les estaba facilitando la documentación que habían pedido.





Con este panorama, todas las dudas se despejarán en 24 horas. Entonces se sabrá si los administradores logran uno de los principales objetivos para los que fueron designados por Mercedes Alaya. En caso contrario, acudirán al Juzgado Mercantil para solicitar la convocatoria de la Junta. Incluso, no sería descartable que se decretara la intervención judicial de la entidad.

(*Estadio Deportivo*, 24-8-2010, pág. 21)

Entre el segundo y el tercer párrafo se produce una separación gramaticalmente incorrecta. Comienza el tercero con una estructura elíptica que presupone lo anterior: *Sobre todo, por dos motivos…* Debería formar parte del mismo párrafo, o bien utilizar una frase completa: «Los motivos de esta situación son dos».

- **La extensión de los párrafos debe ser equilibrada.** La configuración de los párrafos debe seguir dos pautas fundamentales:
  - Debemos evitar los párrafos excesivamente largos. Cuando un párrafo ocupa una página da una impresión de pesadez y no invita a la lectura.
  - Como norma general, conviene evitar también la coexistencia de párrafos muy largos con otros excesivamente cortos, porque la impresión visual que producen es de desequilibrio. Esto no impide que en un texto argumentativo en el que queremos destacar una idea o la conclusión utilicemos deliberadamente un párrafo más corto. Así hacemos saber al lector que la información que ahí está contenida es altamente relevante. El lector se detiene más en ella.

Veamos un fragmento de una novela:

[…] Los oficiales romanos permanecían perplejos en cubierta. Y alguno decidió que se habían equivocado de ciudad o los alejandrinos de barco.

—Extraña manera de recibir a los derrotados —comentó Enobarbo.

Pero Antonio no contestó. Allí, en medio de la multitud, presidiéndola con los más fulgurantes destellos que jamás despidiese hembra alguna, estaba ella.

¡Cleopatra, al fin! La estrella que iluminaba el final de sus caminos.

No vestía el traje ceremonial. No fingía ser Isis, ni cualquier otra de las divinidades oficiales que tanto prestigio dan a cualquier ceremonia. Vestía un manto azul que le cubría la cabeza al modo de las castas esposas anhelantes de recibir en su regazo el último aliento del guerrero. Y en la distancia dijérase Penélope que acababa de abandonar su tapiz por unas horas.

Mientras avanzaba hacia la reina, vio Antonio que estaba rodeada por sus íntimos y que tampoco ellos iban vestidos a la manera oficial. Más allá, junto al fiel Sosígenes, se encontraba el heredero del trono, Cesarión, con sus frondosos y negros rizos parecidos a los del propio Antonio. Junto al muchacho, un joven sacerdote de Isis, según daba a entender la cabeza afeitada. Y aun dentro del aturdimiento que le dominaba, Marco Antonio pudo pensar: «Este debe de ser el violado». Pero no tuvo tiempo de ir más allá, pues acababa de descubrir a sus propios hijos, a los dos gemelos, y junto a ellos, a una robusta nodriza que sostenía en sus brazos al más pequeño de todos: el reciente Tolomeo Filadelfo.

Y, por fin, ella. Por fin sus ojos profundos, sus labios hinchados en un sesgo de éxtasis que ni siquiera había conocido en los momentos de máximo placer. Todo su rostro contraído en una expresión de entrega absoluta, en una sonrisa que la hacía parecer la representación misma de la serenidad […].

(Terenci Moix, *No digas que fue un sueño*, Planeta, 1986, pág. 255)

En este fragmento hay párrafos más cortos. ¿Por qué? Para resaltar la información y transmitir una sensación, la emoción del encuentro con Cleopatra. Uno de ellos está formado por una exclamación seguida de una estructura nominal, sin verbo. Toda la atención del receptor se concentra en ella:

¡Cleopatra, al fin! La estrella que iluminaba el final de sus caminos.

Este efecto se refuerza con la sintaxis. En ese párrafo y el último *(Y, por fin, ella)* no hay oraciones con verbo, sino sintagmas resaltando todas esas características que describe. Observemos, asimismo, que *ella* no tiene cercano su referente. Es decir, Cleopatra no aparece nombrada en el párrafo anterior, sino al inicio: *la reina.* Sin embargo, la disposición sintáctica, la exclamación anterior *(¡Cleopatra!)* dejan claro el referente, no dudamos de quién es *ella.* Este pronombre adquiere toda la concreción de un nombre propio, un identificador claro.

Antes había dicho:

Allí, en medio de la multitud, presidiéndola con los más fulgurantes destellos que jamás despidiese hembra alguna, estaba *ella.*

Seguida de la identificación:

¡Cleopatra, al fin! La estrella que iluminaba el final de sus caminos.

Y tras dos párrafos que describen la escena, vuelve: *Y, por fin, ella*, en un enunciado, con la variación: *al fin, por fin*. Como vemos, perfectamente cerrado.

• Si los párrafos tienen diferente extensión tiene que estar muy justificado ya sea temáticamente o por el tipo de texto.

En la siguiente columna de opinión se resalta una información que aparece ocupando el párrafo final, como conclusión que invita a una acción:

El dedo en la llaga

JAVIER ORTIZ

El puño y la patada fáciles

Me disgustan las discotecas. Entre varios cientos de razones, porque me aturde su ambiente de luces sincopadas, porque ni sé bailar ni me interesa hacerlo, porque la música que escupen a todo trapo sus potentísimos altavoces no me interesa —de hecho, nunca he conseguido saber si ponen muchas canciones o si siempre es la misma— y porque es imposible mantener en ellas una conversación que no sea a gritos, con la consiguiente afonía posterior. Claro que todo va con gustos y, si están llenas, por algo será.

De todos modos, por las obligaciones que impone la vida social, en media docena de ocasiones me ha caído en desgracia pisar alguna, incluyendo un par de la famosa marca Pacha, ahora tan en boga debido a su interés por contribuir al crecimiento de los pechos juveniles y, otro par más de las recién cerradas en Madrid. No es una experiencia como para hacer estadísticas pero, con ser pocas, me ha tocado presenciar varias escenas estupefacientes. Contaré una: en cierta ocasión, una periodista accedió con un fotógrafo a hacer un pequeño reportaje en una de esas discotecas gloriosas, en el centro de Madrid. Un portero-armario de los habituales les puso dificultades para entrar, porque nadie le había advertido de la visita, y ella se puso tirando a faltona e impertinente, en plan «Usted no sabe con quién está hablando». Ante lo cual, el portero, tras declarar enfáticamente que él jamás pegaría a una mujer… ¡le arreó un tremendo puñetazo al fotógrafo, que no había abierto la boca!

Es un personal que da miedo. Del mismo modo que en el Salvaje Oeste había matones que tenían el gatillo fácil, esta gente tiene el puño y la patada demasiado fáciles.

Algo debería hacer el *sheriff.*

(http://blogs.publico.es/eldedoenlallaga/424/el-puno-y-la-patada-faciles/)



• El tipo de texto también impone cierta segmentación. Así, es frecuente en publicidad que cada párrafo esté formado por una sola frase, aunque esto no sea muy recomendable para otro tipo de discursos. La información aparece muy suelta, poco cohesionada y el lector tiene que hacer mucho esfuerzo en reconstruirla. Esto es precisamente lo que se busca en un anuncio: obtener la atención del receptor y que se concentre en pocas informaciones:

La evaporación que genera
Un solo árbol puede
R E F R E S C A R
Tanto como dos aparatos
De Aire Acondicionado

En el Año Internacional de la Biodiversidad
HABLA DE BIODIVERSIDAD
Porque algo pasa a ser importante cuando empiezas a hablar de ello
www. habladebiodiversidad. com

Feader
Fundación Biodiversidad
Encuéntranos en facebook.com

(*Paisajes*, n.º 238, 2010, pág. 73)

• **Las ideas de cada párrafo deben ir en progresión y no ser repetitivas.** Es decir, no debemos construir párrafos que vuelvan a incidir en lo mismo que el precedente:



100 euros por ir a más de 110 kilómetros/hora

[...] La reducción de velocidad ya es una realidad, y los coches no podrán circular a más de 110 kilómetros por hora. De hacerlo, se verán multados con 100 euros, siempre que no superen los 141 kilómetros por hora, que tendrán una sanción mayor. No se retirarán sin embargo puntos del carné, a no ser que se sobrepasen los 151, en cuyo caso el conductor será sancionado con una multa de 300 euros y la retirada de dos puntos. El Real Decreto aprobado por el Gobierno justifica la medida señalando que «razones diferentes a las relacionadas con la siniestralidad pueden exigir el establecimiento de determinados límites de velocidad».

Las autovías y autopistas españolas ultimaron este fin de semana su puesta a punto para la tan comentada reducción de velocidad, que se finalizó durante la madrugada del domingo. Pero las señales no son las únicas que cambian con la medida del Gobierno. Las multas de tráfico también han sufrido modificaciones. Así, conducir entre 111 y 140 kilómetros por hora se multará con una sanción económica de 100 euros, sin retirada de puntos, mientras que un exceso de velocidad de 141 a 160 kilómetros por hora, se multará con 300 euros. Únicamente en caso de que se superen los 151 kilómetros por hora se retirarán dos puntos del carné, además de la correspondiente multa de 300 euros. Se mantiene con ello el límite de velocidad a partir del cual se pierden puntos, aunque las multas económicas cambian por la nueva medida del Gobierno [...].

(www.diariodesevilla.es/article/sociedad/920701/euros/por/ir/mas/kilometroshora.html, 7-3-2011)

El segundo párrafo de este fragmento repite las multas ya anunciadas en el primero.



§ 1.2 Relaciones de los párrafos. Medios de cohesión

■ Cada párrafo aporta un segmento de información nueva que hace avanzar el tema (progresión temática) y debe estar unido al resto de párrafos para proporcionar una sensación de unidad. De lo contrario, el receptor puede creer que está ante dos textos distintos.

■ Para asegurar la unidad y conexión entre las distintas partes de un texto, se utilizan los medios de cohesión. Veámoslo en esta noticia periodística:

Sirte, el símbolo deseado por los rebeldes en su batalla contra Gadafi

La ciudad de Sirte se ha convertido en uno de los puntos calientes de las revueltas en Libia. A mitad de camino entre Trípoli y Bengasi, el lugar donde nació Muamar Gadafi ha sido y sigue siendo un feudo del dictador, pero los revolucionarios se han marcado como objetivo hacerse con él y avanzan decididos para conquistarlo.

A la importancia estratégica de Sirte, que acoge una enorme base militar y varias instalaciones petroleras, hay que sumar el valor simbólico que alberga para el régimen de Gadafi.

La cuna del líder libio se transformó con su llegada al poder en 1969. Su decadencia y oscurantismo dejaron paso a la fastuosidad que ha caracterizado al dictador quien, en algunos momentos de su mandato, intentó trasladar la capital del país a este punto.

No lo hizo, pero sí consiguió que gran parte de las instituciones gubernamentales más importantes establecieran en Sirte sus sedes, así como varios de los ministerios del Gobierno.

Golpe psicológico

Conseguir la victoria rebelde en esta plaza supondría asestar un importante golpe psicológico a los leales al dictador y tener el control de una ciudad con nombre propio en el panorama internacional, especialmente en el ámbito de las relaciones políticas africanas.

La localidad acogió la firma del «Pacto de Sirte» en 1999, una declaración que dio origen a la Unión Africana (inspirada en la Unión Europea), en sustitución de la Organización para la Unidad Africana. También, coincidencia del destino, se estableció en ella la sede del Fondo de las Naciones Unidas para la Democracia (UNDEF).

Sirte cuenta, además, con un imponente Palacio de Congresos –el más grande del norte de África– construido con mármol. En su interior se han celebrado numerosas cumbres y reuniones a las que han asistido líderes de todos los puntos del mundo.

Señala la agencia Reuters que cientos de soldados custodian los alrededores de la ciudad cada vez que acoge un evento de estas características. El tráfico queda interrumpido durante horas y docenas de policías escoltan la comitiva oficial del líder a caballo de sus Harley Davidson.

Esos mismos soldados se repliegan ahora por toda la ciudad para tratar de frenar el avance de los grupos revolucionarios, que en los últimos días han tomado el control de puntos del este tan importantes como Bin Jawad, el puerto de Sedra, Ras Lanuf o Ben Yauad, a unos 100 kilómetros de Sirte.

Los peores pronósticos hacen temer que la ciudad se convierta en el escenario de una cruenta batalla entre partidarios y detractores del líder. Si estos últimos se hicieran con la victoria, el camino hacia Trípoli quedaría despejado.

(María Hernández, en www.elmundo.es/elmundo/2011/03/07/internacional/1299459552.html)

Esta noticia sobre la situación en Libia se encuentra cohesionada del siguiente modo:

• Uso de términos y expresiones referidos a Sirte *(la ciudad de Sirte, el lugar donde nació Muamar Gadafi, Sirte, la cuna del líder libio, la ciudad, esta plaza, una ciudad con nombre propio en el panorama internacional, la localidad, la ciudad)*, a Gadafi *(Gadafi, Muamar Gadafi, el dictador, el líder libio, el líder)*, o a la oposición *(los rebeldes, las revueltas, los revolucionarios, los grupos revolucionarios)*.

• Uso de pronombres o deícticos: *con él, conquistarlo, su, lo, quien, estas, esos mismos, estos últimos.*

• Algún conector: *también, además.*

Es decir, tanto las variantes sinonímicas como el pertenecer el mismo campo semántico o referencial sirven de nexo de unión. Imaginemos que intercaláramos una información sobre los ingredientes de una tortilla de patatas. Resultaría improcedente y rompería la coherencia del texto.

Aparte, el léxico está ligado al conflicto: *rebelde, batalla, puntos calientes, revueltas, revolucionarios, conquistarlo, poder, base militar, soldados, avance, control…*

■ Los mecanismos de cohesión son:

– Repeticiones.

– Medios léxicos.

– Pronombres.

– Elipsis.

– Conectores.

1.2.1 Repeticiones

■ **La repetición es un medio de cohesión fuerte que, usado de forma inteligente, da unidad al texto. Sin embargo, también puede ser una muestra de nuestra escasez léxica y nuestra incapacidad de redacción: debemos usarla con mesura, no de manera excesiva.**

Puede afectar a todos los niveles:

– Repetición de palabras.

– Repetición de sonidos.

– Repetición de estructuras sintácticas, en orden paralelo (anáfora) o inverso (quiasmo).

– Repetición de contenidos.

• **Repetición de palabras.** La repetición del mismo término es más frecuente en textos poco elaborados o en la conversación coloquial. Recordemos las recomendaciones que se suelen hacer sobre no repetir términos en un escrito. Pero, curiosamente, encontramos estas reiteraciones en textos literarios de forma consciente, cuando se pretende conseguir un efecto de estilo y rentabilizar más la información ofrecida. Tiene un efecto de refuerzo de la información, que permanece, así, en la mente del receptor. Por ejemplo:

> […] Recuerdo mis amores, mis pláticas, mis amistades. Lo recuerdo todo, lo veo todo, veo a todos […].
>
> (Octavio Paz, obra citada, pág. 32)

También lo encontramos en publicidad, como en la siguiente campaña de la Dirección General de Tráfico:

> Porque si tienes un accidente no te dejas la mandíbula en el salpicadero.
>
> Porque a 50 km por hora un accidente puede ser mortal.
>
> Porque puede ser la diferencia entre seguir vivo o no.
>
> Porque has hecho planes.
>
> Porque tienes entradas para un concierto.
>
> Por los puntos que te quitan.
>
> Porque acabar tu vida en una carretera no mola nada.
>
> Porque no encuentras una buena razón para no usarlo.

Para que no tengan que amputarte una pierna.
Porque en marzo te dan tu bonita casa.

(www.dgt.es)

El texto se construye sobre la repetición de estructuras encabezadas con *Para que…* y *Porque…* El efecto pretendido es el de acumulación, como una letanía, para conseguir convencer al receptor de lo que indica su eslogan: *Hay muchas razones para ponerse el cinturón de seguridad. Elige la tuya y hazlo*. Por tanto, el propio contenido y la estructura del texto justifican su uso.

Este uso consciente de la repetición puede resultar muy eficaz desde el punto de vista comunicativo, por su valor enfático y como refuerzo expresivo. Veámoslo ahora en un texto periodístico:

El escritor fantasma

He ido a ver *El escritor fantasma* y debo decir que la vi en las mejores circunstancias; un cine cómodo, una visión perfecta, un sonido espectacular. En Cuatro Caminos. La experiencia de ver cine no es como la experiencia de ver cine en la televisión. De eso hablaba anoche Stephen Fry en TCM: cuando veía cine con su madre, en casa, por la televisión, los dos sabían que estaban haciendo otra cosa que ver cine, veían televisión. Así que vi cine de veras, y cuando vea esa película en televisión, dentro de un año o dos, que es lo que suelen tardar, veré otra cosa, una película de televisión. En todo caso, fui al cine, disfruté del espectáculo, pero en cuanto a la película debo decir algunas cosas […].

(JUAN CRUZ, en www.elpais.com,3-4-2010)

Se trata, como vemos, de un recurso poderoso, pero un uso poco apropiado o descuidado del mismo puede resultar contraproducente.

- **Repetición de sonidos.** A veces la repetición concierne a los sonidos: recordemos el texto anterior de César Lumbreras donde se juega con los términos *ayuntamiento, ayunamiento, ayuno*. Esta repetición fónica refuerza, asimismo, la metáfora sobre la que está construido el mensaje del texto.

También podemos verlo en los siguientes anuncios:

Este mes unimos para unir.
Tarifa plana para hablar y navegar
por 14,95 €/mes hasta 2012
Vente a Vodafone

(www.vodafone.es/particulares/)

¿Necesitas Internet? Instanet.

(www.instanet.es)

- **Repetición de estructuras sintácticas.** Las podemos encontrar en el mismo orden sintáctico (paralelismo) o en orden inverso (quiasmo). Así las estructuras causales (*porque*) y finales (*para que)* del anterior texto de la DGT. Su estructura es: conjunción + verbo + sintagma nominal (*Porque has hecho planes, porque tienes entradas para un concierto*). Solo en algunos casos se antepone un complemento al verbo (*Porque en marzo te dan tu bonita casa*).

También aparece en el siguiente texto de Octavio Paz:

[…] Recuerdo mis amores, mis pláticas, mis amistades. Lo recuerdo todo, lo veo todo, veo a todos. Con melancolía, pero sin nostalgia. Y sobre todo, sin esperanza. Ya sé que es inmortal y que, si somos algo, somos esperanza de algo. A mí ya me gastó la espera. Abandono el no obstante, el aún, el a pesar de todo, las moratorias, las disculpas y los exculpantes. Conozco el mecanismo de las trampas de la moral y el poder adormecedor de ciertas palabras. He perdido la fe en todas estas construcciones de piedra, ideas, cifras. Cedo mi puesto. Yo ya no defiendo esta torre cuarteada. Y, en silencio, espero el acontecimiento […].

(OCTAVIO PAZ, obra citada, pág. 32)

Repite estructuras verbo + complemento *(recuerdo mis amores… Abandono el no obstante… Conozco el mecanismo… He perdido la fe… Cedo mi puesto. Yo ya no defiendo esta torre… espero el acontecimiento)*. Y juega con los complementos circunstanciales: *con melancolía, pero sin nostalgia* (con/sin).

Un caso de quiasmo, repetición cruzada, lo encontramos en:

[…] Y ya no quisiera recordarlo más, ahora que tanto lo recuerdo […].

(OCTAVIO PAZ, «Recoged esa voz», en *Las peras del olmo*, Seix Barral, 1971, pág. 179)

- **Repetición de contenidos.** Es lo que conocemos como *cohesión léxica,* que tratamos a continuación. Tenemos un ejemplo en el mismo texto anterior, donde encontramos las variantes *esperanza, espera, espero* en diferente posición sintáctica.

[…] Y sobre todo, sin esperanza. Ya sé que es inmortal y que, si somos algo, somos esperanza de algo. A mí ya me gastó la espera… Y, en silencio, espero el acontecimiento […].

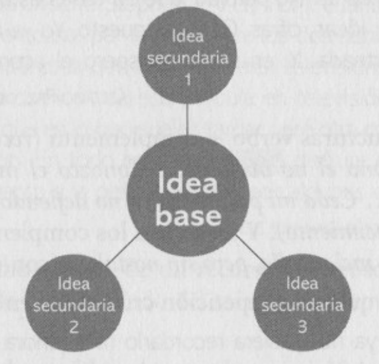
(OCTAVIO PAZ, obra citada, pág. 32)

1.2.2 Medios léxicos

■ El caso más sencillo de cohesión léxica es que los términos de un párrafo pertenezcan al mismo campo semántico (o referencial), es decir, que hablen de lo mismo. Así, cada párrafo trataría un tema. Esto daría lugar al esquema más simple, pero más claro y rentable: una introducción advirtiendo del contenido del texto, varios párrafos de desarrollo, cada uno de un aspecto del tema, y un cierre o conclusiones.

Por ejemplo, si queremos hablar de la gripe, tendremos que abrir el tema, situarlo entre las enfermedades, hablar de los síntomas, curas posibles o tratamientos, estadísticas de la incidencia en la población, prevención y cierre. Cada punto ocuparía un párrafo y los términos pertenecerían a campos semánticos distintos.

Esta sería la estructura recomendada para un principiante: elegir un párrafo por cada subtema y variar de campo semántico o subcampos semánticos. Para ello es bueno hacer un esquema con un árbol, con la idea base en el centro y las secundarias en las ramificaciones:



■ Veámoslo en el siguiente fragmento, un texto expositivo:

ESTILOS DE EXPLICAR

«No hay nada que la gente no pueda ingeniárselas para elogiar, reprobar o encontrar una justificación acorde con sus inclinaciones, prejuicios y creencias».

MOLIÈRE, *El misántropo*, 1666

Los seres humanos sentimos una irresistible necesidad de explicar las cosas que nos pasan. Solo en raras ocasiones nos agarramos a la incómoda noción de la ignorancia o del misterio.

Según el psicólogo Martin Seligman, nuestra forma habitual de explicar las situaciones, tanto adversas como favorables, refleja nuestro talante optimista o pesimista. Seligman analizó las explicaciones de acuerdo con tres valoraciones: la *permanencia* o la duración que le damos al impacto de los sucesos que nos afectan; la *penetrabilidad* o la extensión que asignamos a los efectos de estos acontecimientos sobre nosotros, y la *personalización* o el grado de responsabilidad personal que hacemos recaer sobre nosotros por lo ocurrido.

Lo normal es que los infortunios nos hagan a todos sentirnos desilusionados o frustrados, al menos temporalmente. Sin embargo, las personas optimistas, cuando son golpeadas por alguna adversidad, suelen pensar que se trata de una desventura pasajera o de un contratiempo transitorio del que se recuperarán. Por el contrario, las personas pesimistas tienden a considerar que los efectos de las calamidades son irreversibles y los daños permanentes.

Por ejemplo, una mujer optimista limita su explicación de la discusión que tuvo con su pareja después de que él llegase malhumorado e irritable a casa del trabajo a una circunstancia concreta y eventual. «Algo le ha debido de ocurrir a Luis en la oficina para que esté hoy de tan mal humor». Una interpretación pesimista de la misma situación hubiera tenido un matiz más permanente: «Esta discusión con Luis es una prueba más de su mal carácter y de que nunca cambiará».

Ante las situaciones dichosas ocurre justamente lo opuesto. Los optimistas son propensos a creer que la «buena fortuna» es la regla y perdura, mientras que los pesimistas tienden a considerarla una casualidad fugaz. Después de tener una buena entrevista con el jefe y de recibir un aumento de sueldo, el empleado optimista se dice: «No me extraña la decisión, pues estoy bien preparado, soy maduro, creativo, y me lo merezco». El pesimista piensa: «En esta ocasión tuve suerte y no me fue mal, aunque dudo de que esto me vuelva a suceder».

(LUIS ROJAS MARCOS, *La fuerza del optimismo*, RBA, 2007, págs. 71-72)

El texto comienza con una cita de apoyo. El título del capítulo, *Estilos de explicar*, está relacionado con el término *justificación*, de esta cita. A continuación, el autor expone sus ideas en diferentes párrafos que podrían organizarse así:

– P1: Necesidad de explicar lo que nos pasa.



– P2: La explicación muestra el talante pesimista u optimista de una persona.

– P3: Explicaciones ante la adversidad.

– P4: Ejemplo.

– P5: Actitud ante las situaciones dichosas.

Las palabras que constituyen cada uno de ellos están relacionadas con estas ideas. Por ejemplo, en el párrafo 3 (explicaciones ante la adversidad) encontramos: *infortunios, desilusionados, frustrados, adversidad, desventura, contratiempo, calamidad, daños.*

Una redacción más experta nos llevará a utilizar recursos como:

– Sinónimos (palabras que significan lo mismo).

– Antónimos (palabras de significado contrario).

– Elementos genéricos y específicos (hiper e hiponimia).

– Mezclar diversos campos semánticos.

– Figuras retóricas: la metáfora, la ironía…

■ Veamos ahora la siguiente noticia:

Nadie quiere quedarse sin iPad

La tableta de Apple llega hoy a las tiendas estadounidenses. Los expertos calculan que se podrían llegar a vender más de 120.000 unidades solo el primer día

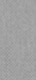
El viernes, algunos establecimientos ya estaban registrando incipientes colas / AFP

Dónde, cuándo y cuánto

Las ventas del nuevo iPad han comenzado a las nueve de la mañana de este sábado tanto en las 221 tiendas especializadas de Apple en Estados Unidos como en la cadena Best Buy. El viernes, algunos establecimientos ya estaban registrando incipientes colas aunque tendrán preferencia los clientes que han formalizado pedidos con antelación. A finales de abril llegará a Europa. La estructura de precios fijada para el mercado americano es de 499 dólares para los modelos básicos con 16 gigabytes, 599 dólares para los de 32 GB y 699 dólares para los de 64 GB.

AGENCIAS | MADRID

Actualizado Sábado, 03-04-10 a las 13:52



El nuevo ordenador tabla de Apple, el iPad, llega hoy a las tiendas estadounidenses en medio de una gran expectación de los consumidores que han realizado cientos de miles de pedidos por adelantado en las últimas semanas.

El iPad que estará disponible hoy tiene conexión wi-fi. Se espera que la versión con conexión 3G aparezca a finales de mes.

Apple ha confirmado que las dos versiones de su nuevo producto estrella estarán disponibles en España, Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, Suiza, Japón, Canadá y Australia también a finales de abril, pero se desconoce cuándo aparecerá en el resto del mundo.

Desde 499 dólares. Según estimaciones de los expertos, Apple ha recibido ya unos 240.000 pedidos de la nueva computadora en las últimas dos semanas, 120.000 solo el primer día, y se calcula que venderá entre una y cinco millones de unidades el primer año.

El tablet de Apple se puede comprar a un precio de 499 dólares, aunque con 16 GB de memoria y únicamente con Wifi. Quienes quieran conexión 3G, tienen que gastar al menos 629 dólares. Subiendo de memoria (32 o 64 GB), el precio también lo hace.

Los analistas calculan que Apple podría distribuir entre 300.000 y 400.000 tabletas en este fin de semana de lanzamiento. A finales de septiembre podría haber vendido más de dos millones, aunque los cálculos más optimistas hablan de una expectativa de ventas para este periodo de seis millones de tabletas.

(www.abc.es/20100403/ciencia-tecnologia-tecnologia-gadgets/iphone-dolares-201004031259.html)

El tema, evidentemente, es la aparición del iPad, un nuevo instrumento tecnológico que pretende desbancar el iPhone. Para unir los párrafos encontramos empleados los siguientes medios léxicos:

- Sinónimos: *iPod, tablet, tableta, ordenador, clientes-consumidores, tiendas-establecimientos…*

- Términos del campo semántico de la informática: *iPod, Apple, tableta, tablet, analistas, 16 GB memoria, wifi, conexión 3G, computadora, versión, modelos básicos.*

- Términos del campo semántico del negocio: *ventas, cálculos, dólares, precio, consumidores, pedidos, tiendas, mercado, clientes.*





Todo esto proporciona unidad a la noticia y la presenta como un texto coherente.

1.2.3 Los pronombres y la correferencia

■ Otro mecanismo muy utilizado para conectar las partes de un texto es recurrir a:

• Expresiones distintas alusivas al mismo referente. Es lo que conocemos como *correferencia*. Así, llamamos a alguien «Luis» o «el chico que vive con Marta».

• Pronombres que sustituyen lo anterior (anafóricos) o posterior (catafóricos).

■ De esta manera evitamos la repetición en la denominación y hacemos avanzar el tema. Son procedimientos muy empleados en los textos, sobre todo en los periodísticos y administrativos:

ATLAS DE PUEBLOS INDÍGENAS EN AMÉRICA LATINA

UNICEF España, la Fundación para la Educación en Contextos de Multilingüismo y Pluriculturalidad (FUNPROEIB Andes) y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) han presentado el *Atlas sociolingüístico de pueblos indígenas en América Latina,* cuyo principal objetivo es poner de manifiesto la diversidad étnica, cultural y lingüística de la región.

La publicación contiene información de 21 países y la descripción de 522 pueblos indígenas en América Latina, lo que la convierte en un valioso instrumento para el diseño e implementación de políticas públicas que tengan en cuenta la riqueza y la complejidad sociolingüística del subcontinente americano.

Los datos cualitativos y cuantitativos del Atlas servirán para orientar a planificadores gubernamentales y a organizaciones internacionales que trabajen con poblaciones indígenas. Así, se logrará un desarrollo más eficaz de políticas educativas y sanitarias, entre otras.

El *Atlas sociolingüístico de pueblos indígenas en América Latina,* disponible en www.unicef.es, pretende ser además un instrumento central en la consecución de una plena Educación Intercultural y Bilingüe (EIB).

Esta iniciativa se enmarca dentro del Programa Regional sobre Derechos de la Niñez y Adolescencia Indígena en América Latina (PRDNA), desarrollado desde 2006 por UNICEF con el apoyo financiero de la AECID.

(Unicef, 210, diciembre de 2010, pág. 22)

Para referirse a la publicación, el periodista utiliza expresiones correferentes *(Atlas sociolingüístico de pueblos indígenas en América Latina, la publicación, el Atlas, esta iniciativa)* y también pronombres *(cuyo principal objetivo, la convierte)*. Estos recursos contribuyen a dar unidad al texto y a que el lector comprenda que todo alude al mismo tema.

■ En el siguiente fragmento se emplean fundamentalmente pronombres personales (*él, se les* olvida, *le*), adjetivos posesivos *(su* restaurante, *su* indumentaria, *su* mesa) y demostrativo *(esta)* o cuantificadores *(cuatro o cinco):*

[...] Ha puesto a Copenhague en el mapa del universo gastronómico. Su restaurante ha desbancado a El Cenit del primer puesto en la lista World's 50 Best Restaurants, el *ranking* anual de los mejores destinos gastronómicos del mundo, votado por 806 chefs, cronistas y consumados *gourmets* internacionales. René Redzepi, de 33 años, es apacible en el gesto, algo enigmático en la mirada y de palabra fácil y matizada. Luce una aseada barba de un par de días y su indumentaria es idéntica a la de todos sus empleados, de 17 nacionalidades diferentes. Dinamarca se enorgullece de él, pero ningún miembro de la familia real más antigua del mundo ha logrado sentarse a su mesa: se les olvida que deben reservar con tres meses de antelación. Esta es una de las cuatro entrevistas que concede cada mes, pues de aceptar las cuatro o cinco que le proponen diariamente no tendría tiempo para otra cosa [...].

(Paisajes, n.º 238, 2010, pág. 49)

■ En el siguiente ensayo se recurre a los mismos procedimientos:

[...] Según señalan las pensadoras feministas, la sociedad masculina extrae buen provecho (se aprovecha, vaya) de la inteligencia y capacidad profesional de las mujeres, puesto que habitualmente ellas están en situación de desolación, sin redes entre ellas, sin pactos de ayuda mutua. Esta es una de las muchas razones por la que resulta tan importante, rentable, enriquecedor y psicológicamente terapéutico que las mujeres, especialmente,

las mujeres que pertenecen a grupos femeninos de «porcentajes bajos», como lo son claramente las directivas, formen redes con otras mujeres en la misma situación. [...]

(E. Montolío, *Estrategias de comunicación para mujeres directivas*, Dirección General de Igualdad de Oportunidades en el Trabajo, 2010, pág. 51)

Encontramos *ellas* en relación con *mujeres*, y *Esta* apunta a todo el enunciado precedente.

1.2.4 Elipsis

A veces la relación entre las informaciones de un texto se manifiesta a través de la eliminación de alguna de las expresiones (elipsis). Cuando el contexto permite interpretar el referente, porque está explícito anteriormente, eliminamos su expresión. Esto es casi obligatorio en español en el caso de los sujetos oracionales porque las marcas van en el verbo. Así en todas las acciones referidas al protagonista del texto, Redzepi: *ha sido, abrió, dirigió:*

René Redzepi
El alumno supera al maestro

René Redzepi (1977) nació en Copenhague, de padre musulmán emigrado de la antigua Yugoslavia y madre danesa. Ha sido discípulo de Laly en El Cenit y de Keller en el French Laudry de California. Abrió Coma hace siete años, fue distinguido con su primera estrella Michelín en 2008 y, al año siguiente, con la segunda. La documentada página web Trip Advisor anticipó a Coma la condición de mejor restaurante del mundo hace dos años, y el congreso *Lo mejor de la gastronomía* de California le nombró chef del año 2008. Este año dirigió la sesión de cocina nórdica Naturaleza y Diseño en Madrid-Fusión y ha sido jurado del Premio Bocuse [...].

(Luis Cepeda, *Paisajes*, n.º 238, 2010, pág. 40)

1.2.5 Los conectores

■ Los conectores son pistas que nos indican las relaciones de contenido. Si queremos que todo quede claro, usaremos estos medios para establecer la conclusión, ilustrar la exposición con ejemplos, unir argumentos o datos que están en el mismo plano *(además, por otra parte, asimismo)*, o contrarios *(sin embargo, ahora (bien), pero, no obstante...)*. Sin ellos, las relaciones quedan al arbitrio del que interpreta.

■ Así, dos informaciones vinculadas a un mismo sujeto, como «El novio de Marisa está muy bien relacionado« y «El novio de Marisa forma parte de la Junta Directiva de Endesa», pueden interpretarse de forma distinta según las relaciones que establezcamos entre ellos por medio de conectores:

- Asociados en relación de igualdad, como dos hechos de igual importancia:

  El novio de Marisa está muy bien relacionado. Y forma parte de la Junta Directiva de Endesa.

- Relacionados como efecto-causa:

  El novio de Marisa está muy bien relacionado porque forma parte de la Junta Directiva de Endesa.

- O en oposición, revelando una actitud del hablante sorprendida ante el segundo hecho:

  El novio de Marisa está muy bien relacionado, aunque forma parte de la Junta Directiva de Endesa.

Necesitamos, pues, un conector para que quede claro qué queremos decir.

■ Estos elementos, junto con las conjunciones, sirven para unir enunciados y párrafos. Es su función específica y, por ello, debemos conocerlos y aprender a usarlos. Son los elementos más claros de la conexión, los que orientan claramente la interpretación. Al mismo tiempo, establecen un juego de presuposiciones y de información subjetiva y marcan la jerarquización que hace el hablante de lo que está diciendo.

Debemos conocer sus condiciones de empleo, su distribución en la frase y el valor modal o enunciativo que aportan al texto. Estos elementos no solo relacionan, sino que transmiten información acerca del que habla. También a veces informan del registro: hay conectores más propios de la lengua culta y otros más coloquiales, o predominantemente orales. Con ellos el hablante puede indicar relaciones para las que no tenemos conjunciones.

■ A continuación, presentamos los principales conectores organizados por las funciones o estrategias expresivas a las que sirven (*apud* C. Fuentes, *Diccionario de conectores y operadores del español*, Arco Libros, 2009):

- Unen dos informaciones que se presentan al mismo nivel: *además, asimismo, al mismo tiempo, de igual forma, de igual ma-*

nera, de igual modo, de la misma forma, de la misma manera, de otra parte, de otro lado, del mismo modo, igualmente, lo mismo, por lo demás, por otra parte, por otro lado.

• Son específicos de textos cultos: *es más, más aún, todavía más.*

• Añaden un paralelismo: *paralelamente, por su parte, a su vez.*

• Expresan una información marginal, recordada en el momento (digresión), pero relevante y relacionada en algún sentido con lo anterior: *por cierto, a propósito, a todo esto*. También se pueden usar para intercalar informaciones comprometidas.

• Unen dos informaciones que se encuentran en posición gradual o escalar, es decir, elementos en diferente nivel argumentativo: introducen el hecho más alto *(encima)* o menos esperado *(incluso, inclusive, por si fuera poco)*.

• Unen hechos no relacionados: *aparte.*

• Ordenan secuencialmente la información:

• Para iniciar el discurso: *de entrada, para empezar…*

• Para cerrar el discurso: *bien, bueno, en fin, en resumen, en último lugar, para terminar, por lo demás… Etcétera* cierra una enumeración, y *cordialmente* o *atentamente* una carta. *Y tal, y punto, y eso, y ya está* son coloquiales, no adecuados en un escrito formal.

• Para enumerar: *en primer lugar, en segundo lugar, primero / segundo, por una parte / por otra…*

• Para mantener ligado el discurso, tras un titubeo, una digresión, una expresión muy larga, una pausa para pensar… o una interrupción de otro: *pues, qué sé yo, ya te digo, yo qué sé, pues nada, a lo que iba, entonces…* Estos elementos son poco apropiados en el texto escrito.

Cuando introducimos un fragmento de diálogo en una narración, debemos recurrir a estos otros conectores:

• Para iniciar la intervención y responder al interlocutor:

– como organizador de la respuesta: *bien, bueno, verá(s)…*

– como llamada de atención al receptor: *mira, mire (usted), oye, venga…*

• Para apelar al receptor: *chico/-a, hijo/-a, hombre, mujer, tío/-a…*

• Para asegurarse de que le están oyendo: *¿comprendes?, ¿entiendes?, ¿no?, ¿sabes?, ¿verdad?, ya me entiendes, ya ve(s)…*

• Introducen una conclusión que cierra todo lo anterior: *en conclusión, en definitiva, en resumidas cuentas, en suma, en tal caso, entonces, total.* Este último es el más coloquial.

• Introducen el efecto provocado por una causa. De ellos los más frecuentes son *por lo tanto, entonces.*

• Relacionan elementos contrarios. Podemos encontrar los siguientes casos:

• Una posibilidad en contra, equivalente a 'si no': *en caso contrario.*

• Una oposición de dos hechos sin más: *ahora bien, ahora, (que), bien al contrario, en todo caso…* Si entre ellos hay un paralelismo empleamos *en cambio, por el contrario.* Para introducir una objeción: *eso sí, solo que.*

• Para introducir un efecto que se produce a pesar del obstáculo señalado en la oración anterior se utilizan los concesivos. El argumento anterior es un obstáculo para la realización de la principal, pero el hablante no lo tiene en cuenta. De todos ellos, los más usados son *de todas formas, de todas maneras, de todos modos.*

• Introducen un nuevo enunciado que modifica lo anterior, ya sea una explicación *(o sea, es decir…)*, una corrección *(bueno, mejor dicho…)*, o un caso concreto que ilustra una afirmación general: *en concreto, en especial en particular*. Entre ellos, *verbigracia* es culto y libresco. *Sin ir más lejos* es muy coloquial. El elemento más genérico para todas estas funciones es *o sea, vamos* o *es decir,* este más adecuado en escritos.

• Presentan un ejemplo que ilustra lo anterior: *así, pongamos, pongamos por caso, por ejemplo* (el más empleado), *un ejemplo, un poner* (coloquial, casi vulgar).

• Ordenan los hechos cronológicamente: *a continuación, después, entonces, entretanto, finalmente, mientras tanto, por último, primero, por fin…*

■ ¿Cómo se utilizan en un texto? Estos elementos no suelen aparecer en los textos publicitarios, para dejar libre la interpretación. Así, en el siguiente, solo encontramos dos conjunciones: *porque* e *y*.

Nuevo Imagenio Videoclub

Su ADSL le trae ahora todo el cine a su hogar.

Porque puede disponer en su televisor de los mejores estrenos, documentales, series, contenidos infantiles y mucho más. Imagenio Videoclub le ofrece:

- Un reproductor multimedia HD Wi-FI para visionar todos los contenidos digitales.
- Alquiler de contenidos desde su televisor.
- Pagar únicamente por los contenidos que vea.
- Acceso a sus videos, fotos y música a través del reproductor.
- Reproductor multimedia: 39,90 €* en propiedad.
- Alquiler desde 1,50 €* por película.
- Alta gratis.
- Sin cuotas mensuales.

Y ahora 2 películas gratis al darse de alta.

1004

Tiendas MoviStar

www.movistar.es/videoclub

*Impuestos no incluidos. Válido para clientes de ADSL.

(Folleto informativo de Movistar)

- Son más frecuentes en textos argumentativos:

[...] No es preciso decir que hay mujeres para las que tener que usar este tipo de estrategias comunicativas para crear ambiente de equipo les parece un procedimiento satisfactorio; pero hay también directivas a quienes les parecen una farragosa carga «extra». La cuestión es que, se sientan o no absolutamente cómodas con la relación de implicación personal con las colaboradoras y subordinadas, parece que, en cualquier caso, las mujeres con cargos directivos no pueden desconsiderar la existencia y expectabilidad de dicho tipo de patrones comunicativos.

Es preciso no perder de vista, con todo, que a pesar de que algunos estudios muestran que tratar sobre cuestiones personales en el trabajo puede ser un medio para crear relaciones horizontales próximas y leales, en ocasiones, también puede crear problemas en las organizaciones. Las relaciones laborales construidas con un componente importante de lazos de tipo personal pueden llegar a generar confusas relaciones de poder y solidaridad. Asimismo, algunos interlocutores pueden interpretar ese tipo de relación como una táctica de manipulación y una intrusión, que, además, puede tener consecuencias negativas, ya que la persona que revela sus problemas expone sus debilidades.

De hecho, investigaciones recientes realizadas en nuestro país sobre las prácticas comunicativas utilizadas en el ámbito laboral exponen una situación parecida a la que se acaba de presentar, pero que provoca, aún, una desazón mayor [...].

(Estrella Montolío, obra citada, págs. 85-86).

En este texto encontramos los siguientes conectores: *en cualquier caso* (concesivo), *con todo* (concesivo), *asimismo* (adición), *además* (adición), *de hecho* (justificativo).

A través de ellos se proporciona la siguiente información:

- Con *en cualquier caso* hemos obviado la información precedente sobre la comodidad o incomodidad que sienten las mujeres directivas y que podría haber llevado a una conclusión contraria. Afirmamos que, a pesar de ello, se producen dichos patrones comunicativos.
- *Con todo* introduce una consecuencia tampoco esperada, y que va en una línea contraria a la del párrafo anterior. Ahora se anuncian los problemas que un trato comunicativo cercano puede provocar en la empresa.
- *Asimismo* añade un argumento en la misma línea que el que precede:

  – las relaciones personales en lo laboral pueden generar confusas relaciones de poder y solidaridad,

  – alguien puede interpretarlo como manipulación o intrusión.
- *Además* añade a esta última información otra: puede tener consecuencias negativas.
- Por último, *de hecho* aporta un argumento que apoya lo que acabamos de decir: investigaciones recientes lo demuestran.

- Evidentemente, este texto es culto y por ello emplea conectores de este tipo. Esto no significa que no se empleen con frecuencia en otras comunicaciones. Veamos una comunicación de promoción bancaria, que emplea un registro estándar:



Diciembre 2010

¿QUIERES SER EL PRIMERO EN TENERLO?

Estimada…

Como sabes, en el Santander, solo por ser funcionario, puedes acceder a productos financieros en condiciones especiales.

Por eso ahora queremos que seas el primero en tener la nueva Consola Xbox 360 4GB con Kinect, con ella no encontrarás límites, no tendrás cables, ni siquiera mando, porque ahora, tú eres el mando.

Conviértete en el protagonista, muévete, gira, salta, Kinect transforma el modo en que conectas y juegas con todos tus amigos y familia.

Solicita el **Supercrédito Nómina Colectivos** para Funcionarios por un importe igual o superior a 10.000 € y al formalizarlo te podrás llevar el Pack Santander Kinect, que incluye consola Xbox 360 4Gb y sensor Kinect más 5 juegos. Así de fácil.

¡Date prisa! No dejes pasar esta oportunidad.

Y si además quieres conocer todas las ventajas que tienes por ser funcionario, acércate a cualquier oficina Santander e identifícate como miembro del colectivo. Estaremos encantados de atenderte.

Recibe un cordial saludo.

(Carta comercial del Banco de Santander)

En el texto encontramos *por eso* introduciendo una consecuencia: el ofrecimiento consiguiente de un regalo, la nueva consola Xbox 360 4Gb con Kinect. Esto se presenta derivado de una causa: las ventajas de ser funcionario.

Al final del texto se añade una nueva conclusión: *No dejes pasar esa oportunidad. Y si <u>además</u> quieres conocer…*

Son dos conectores habituales, muy frecuentes, que emplearíamos en cualquier comunicación formal.

• Imagina ahora un correo electrónico de información como el que sigue:

Estimados colegas:

Como coordinador del máster X os envío algunas informaciones que serán de vuestro interés:

En primer lugar, os informo de que el plazo de matriculación ha concluido y hemos superado las expectativas iniciales. Se han matriculado 35 alumnos, el máximo que permite la Universidad, y han quedado en lista de espera 20. Además, estos alumnos provienen de universidades españolas, europeas y asiáticas.

En segundo lugar, todas las optativas tienen alumnos suficientes para ser impartidas. Por tanto, el cronograma está completo y no podremos realizar ningún cambio de horario.

Por último, os envío el calendario de las defensas de proyectos fin de máster.

Aprovecho la ocasión para agradeceros todo el trabajo que estáis haciendo para que esta primera edición salga adelante con los menores problemas.

Un saludo cordial.

En el texto se han utilizado los siguienes conectores: *en primer lugar, en segundo lugar, además, por tanto, por último.* De esta forma, queda explícita la relación entre las oraciones.

■ Todos los mecanismos de cohesión presentados (conectores, elipsis, cohesión léxica, correferencia y pronombres) se emplean combinados en el texto.

Podemos comprobarlo primero en esta columna de opinión publicada en un periódico digital:

LA IMAGEN

Un desorden ordenado



En estos tiempos se necesita crear más entradas que salidas. Cuando nadie se ocupa de fabricarlas, los mismos trabajadores cambian el uso a una señalización de emergencia.

Toda esa gente, pese a lo que reza el cartel colocado sobre la puerta, no sale con angustia, sino que entra con prisas (a menos que corran hacia atrás, lo que no es probable). Curiosamente, no hay un solo cartel sobre ninguna puerta del universo mundo donde ponga *Entrada de emergencia*. ¿Acaso no necesitaríamos ingresar corriendo en más de un sitio? Por supuesto que sí. De hecho, son más las veces que nos apremia la necesidad de entrar que la de salir. Pese a ello, nos muestran con mayor insistencia las zonas de evacuación que las de ingreso. Podríamos decir que vivimos en la cultura de la salida. Recapaciten, si no, sobre estas frases de la vida diaria: ¿Cuántas salidas tiene Derecho, cuántas Historia del Arte, cuántas Medicina? ¿Sales a cenar este sábado? ¿Continúas saliendo con Fulano?

El lenguaje cotidiano está lleno de salidas airosas, desesperadas, imprudentes, de salidas de tono, de salidas de emergencia, como la que se aprecia en la foto. Todo el tiempo, en fin, se nos invita a salir (el despido por «causas objetivas» es, más que una invitación, una patada) cuando lo que necesitamos ahora es entrar. Entrar en el mundo del trabajo, de la cultura, de la investigación, de la justicia, de la sensatez… Si nadie se ocupa de fabricar entradas, y parece que no, tendremos que utilizar las salidas. Es lo que hicieron estos empleados del metro de Madrid (ninguna mujer, por cierto) en el ya lejano mes de julio de 2010. Entraron por la salida de emergencia para reunirse en asamblea. Tal desorden aparente metaforizaba en realidad un regreso al orden.

(J. J. Millás, en www.elpais.com/articulo/portada/desorden/ordenado/elpepusoceps/20101107elpepspor_3/Tes)

Enumeremos los recursos utilizados en el texto:

- Conectores: *de hecho, pese a ello, en fin, por cierto.*
- Pronombres y adjetivos determinativos: *estos tiempos, toda esa gente, pese a ello, tal desorden.*
- Elipsis: *si no, la necesidad de entrar que la de salir, ¿cuántas Medicina?, la que se aprecia, que las de ingreso, entraron.*
- Repetición: *entrada-entrar-entra-entraron, salida-salir-sale-sales-saliendo.*
- Medios léxicos:
  – antónimos: *entradas-salidas, desorden-orden*
  – sinónimos y cuasisinónimos: *entrar-ingresar, entrada-ingreso, salida-evacuación, salida-patada-despido.*

- **Veamos ahora un fragmento de un texto literario. ¿Cómo ha organizado el autor los párrafos? ¿Qué mecanismos de cohesión ha utilizado?**

[…] Recuerdo mis amores, mis pláticas, mis amistades. Lo recuerdo todo, lo veo todo, veo a todos. Con melancolía, pero sin nostalgia. Y sobre todo, sin esperanza. Ya sé que es inmortal y que, si somos algo, somos esperanza de algo. A mí ya me gastó la espera. Abandono el no obstante, el aún, el a pesar de todo, las moratorias, las disculpas y los exculpantes. Conozco el mecanismo de las trampas de la moral y el poder adormecedor de ciertas palabras. He perdido la fe en todas estas construcciones de piedra, ideas, cifras. Cedo mi puesto. Yo ya no defiendo esta torre cuarteada. Y, en silencio, espero el acontecimiento.

Soplará un vientecillo apenas helado. Los periódicos hablarán de una onda fría. Las gentes se alzarán de hombros y continuarán la vida de siempre. Los primeros muertos apenas hincharán un poco más la cifra cotidiana y nadie en los servicios de estadísticas advertirá ese cero de más. Pero al cabo del tiempo todos empezarán a mirarse y preguntarse: ¿qué pasa? Porque durante meses van a temblar puertas y ventanas, van a crujir muebles y árboles. Durante años habrá tembladera de huesos y entrechocar de dientes, escalofrío y carne de gallina. Durante años aullarán las chimeneas, los profetas y los jefes. La niebla que cabecea en los estanques podridos vendrá a pasearse a la ciudad. Y al mediodía bajo el sol equívoco, el vientecillo arrastrará el olor de la sangre seca de un matadero abandonado ya hasta por las moscas […].

(Octavio Paz, obra citada, págs. 32-33)

- En primer lugar, observamos que los dos párrafos están claramente diferenciados. El primero tiene como referencia los sentimientos del que escribe; aparece en primera persona. El segundo pasa a la tercera persona, y su tema son los cambios de la naturaleza. Los campos semánticos en cada párrafo son también distintos.

En el primer párrafo se emplean términos relativos a los sentimientos *(amores, pláticas, amistades, recuerdo, veo, melancolía, nostalgia, esperanza, disculpas, moral, poder adormecedor, fe, ideas, silencio)* y al abandono *(a mí ya me gastó la espera, abandono, cedo, he perdido la fe).*



En el segundo, los protagonistas son la naturaleza *(vientecillo, soplar, onda fría, niebla, estanques podridos, sol equívoco, mediodía, moscas)* y sus efectos negativos *(mirarse, alzarse de hombros, muertos, temblar puertas y ventanas, crujir muebles y árboles, tembladera de huesos, entrechocar de dientes, escalofrío, carne de gallina, aullar las chimeneas, los profetas y los jefes, matadero)*.

En el primer párrafo (P1) hay frases cortas, enumeraciones, pocos conectores: *y*. En el segundo (P2) encontramos *pero* o *porque*. Pero la gran diferencia es que el primero habla del yo, en presente fundamentalmente, con algún pasado *(gastó, he perdido):* expresa los sentimientos del escritor. En el segundo, por el contrario, domina la tercera persona y el futuro para narrar los hechos que van a suceder. El elemento de unión entre esos dos mundos, el presente y el futuro, es la última frase del primer párrafo: *espero el acontecimiento.* Desde el ahora (presente) espero lo que ha de suceder (futuro), que se narra en el siguiente párrafo.

Esta organización es aparentemente sencilla, muy visible, muy clara, pero difícil de construir.

• ¿Qué otros medios de cohesión emplea para unir todas las informaciones?:

– Repetición de:

  • palabras: *recuerdo, todo,*

  • estructuras con *sin (sin nostalgia, sin esperanza…)* y su opuesto (*con melancolía).*

  • de contenidos: *esperanza, espera, espero.*

– Sinónimos: *abandono, cedo, he perdido la fe.*

RECUERDA

Para conseguir un texto bien formado y coherente es necesario:

▶ Distribuir la información en párrafos de forma equilibrada.

▶ Relacionarlos y cohesionarlos entre sí utilizando los siguientes mecanismos:

- **repeticiones,**
- **medios léxicos,**
- **pronombres y correferencia,**
- **elipsis,**
- **conectores.**



III.2 ¿Qué tipo de texto?

2.1 Tipos y formatos discursivos

■ Cuando ya tenemos claro el tema del que queremos hablar y nuestro objetivo, es decir, qué pretendemos con el texto, debemos realizar otra elección: ¿qué formato vamos a utilizar? ¿Una carta, una narración, una instancia administrativa?

■ ¿De qué dependerá? De nuevo de los factores anteriores (tema, objetivo…) pero también del tipo de receptor. Además, hay una larga tradición de géneros textuales: cada uno de ellos se ha especializado en vehicular un tipo de contenidos.

■ Pero antes de seguir, debemos saber que los textos rara vez suelen ser puros en su estructura. Generalmente usan mezclas de formatos expresivos o secuencias, lo que nos obliga a conocerlas por separado, ya que cada una de ellas tiene sus propias normas constructivas.

Los textos pueden estar compuestos por alguno de los tres tipos de secuencias básicas, que debemos elegir:

• Narración.

• Descripción, exposición.

• Instrucción.

Es decir, debemos decidir si queremos transmitir nuestra información a través de una historia, describirla en sus elementos integrantes, o bien dar instrucciones o normas para realizar algo. De entrada, hay temas más proclives para uno u otro:

• Informar sobre hechos acaecidos en el pasado → narrar.

• Informar sobre las características de:

  • Un objeto (un cuadro, una vivienda…) o una persona → describir.

  • Una idea → exponer.

• Ayudar a realizar algo → dar instrucciones.

Claro está que podemos construir un texto mezclando estas secuencias expresivas, y, así, es muy frecuente que encontremos junto a la narración, descripciones de los personajes, del paisaje…, y también junto a las instrucciones de empleo de un objeto, des-



cripciones del mismo. A continuación, veremos algunas de estas combinaciones.

■ En este fragmento del horóscopo publicado en una revista encontramos una primera parte de descripción del carácter de la persona que nace bajo ese signo *(le gusta…)*, seguida de una instrucción argumentativa *(cuidado con…, intente…)*:

> TAURO
>
> 21 abril-20 mayo:
>
> Le gusta mantener bajo control todos los aspectos de su vida y esa es su mejor baza para conseguir todo aquello que se proponga. Pero cuidado con llegar a ser demasiado posesivo con las personas que le importan, también necesitan su espacio. Intente dar consejos sólo si se los piden.
>
> (F. Saralegui, *Paisajes*, n.º 328, 2010, pág. 88)

■ En este otro, perteneciente a la web de Médicos sin Fronteras, encontramos los tres tipos de secuencias:

> CONECTA CON PERSONAS QUE PIENSAN COMO TÚ
>
> ¡Únete a MSF!
>
> Conócenos
>
> En 1971, un pequeño grupo de médicos y periodistas fundó Médicos Sin Fronteras en París.
>
> Somos una de las mayores organizaciones humanitarias independientes del mundo, pero nuestra misión sigue siendo la misma: dar asistencia a poblaciones en situaciones de crisis, sin discriminación por raza, religión o ideología política.
>
> ¿QUIERES CONOCERNOS?
>
> Boletín MSF
>
> Suscríbete y recibe periódicamente nuestras últimas noticias.
>
> (www.msf.es/trabaja-con-msf)

El texto comienza con una parte instructiva marcada por los imperativos: *conecta, únete, conócenos*. Sigue una minisecuencia narrativa: *fundó*, y la descripción de la organización: *somos…* Termina con otra instrucción *(suscríbete y recibe)*, una apelación para conseguir el objetivo fundamental del texto: tener nuevos socios.

■ Con los dos textos anteriores podemos ilustrar los modos de unión de las secuencias. Pueden estar coordinadas, es decir, las dos al mismo nivel. Es lo que ocurre en el horóscopo. El objetivo del texto es describir y a la vez dar algunos consejos. Frente a eso, el de Médicos sin Fronteras ilustra el otro mecanismo: una de las secuencias domina a las otras. ¿Cuál? Precisamente la que contiene el fin comunicativo del texto, que es apelar al ciudadano para que colabore. La instrucción es lo principal, y al servicio de ella, subordinadas, están tanto la descripción de la organización como la pequeña narración sobre su origen.

■ Por tanto, a la hora de escribir debemos elegir entre hacer un texto homogéneo, consistente en una secuencia única:

- Narración.
- Descripción/exposición.
- Instrucción.

O construirlo mezclando distintas secuencias, relacionadas entre sí mediante:

- Coordinación.
- Subordinación.

■ Nos quedan dos decisiones más:

- Debemos decidir si vamos a utilizar la *argumentación*, intentando convencer al receptor de algo, o no. ¿Qué nos puede motivar a hacer esto? Demostrar lo que exponemos y conseguir la aceptación del interlocutor. De esta forma, no nos imponemos, sino que, por el contrario, obtenemos la complicidad de este. La argumentación puede ser empleada en cualquier tipo de texto, sea narrativo, descriptivo o instructivo.

- En segundo lugar, debemos decidir si construimos un monólogo o un diálogo, dependiendo de si habla solo el escritor, o se introducen personajes para dar mayor dinamismo al texto y transmitir, así, diferentes puntos de vista. Otras veces estos otros puntos de vista aparecen dentro de nuestra propia redacción, no en boca de otros personajes. Es un recurso muy frecuente en las noticias periodísticas, que generalmente giran en torno a las declaraciones de alguna persona importante. Y también es la forma de no hacernos responsables de determinadas afirmaciones, que ponemos en boca de otros.

■ Fijémonos en este pequeño fragmento de una comunicación entre colegas, un correo electrónico enviado a los participantes en un homenaje:

Hola, Antonio. En respuesta a tu pregunta, tengo que decirte que el artículo no debe tener más de 15 páginas. En la editorial me han dicho que si nos pasamos no podrán publicarlo. Como sabrás, en el homenaje colaboran más de 50 personas y el volumen sobrepasa, con creces, lo proyectado.

Es un texto descriptivo-instructivo, ya que pretende que el receptor acepte una obligación *(debe tener)* en la extensión de su artículo, pero la persona que escribe no quiere ser impositiva y en lugar de decir «No me mandes más de 15 páginas», argumenta «Hay más de 50 colaboraciones, nos pasamos del presupuesto» y recurre a otra voz, la de la editorial, a quien responsabiliza de la medida. En este contexto es un argumento de autoridad, otro enunciador, al que culpabilizar de lo desagradable de esta restricción.

Como podemos deducir a partir de este ejemplo, esta mezcla que hemos hecho de mecanismos se debe a la naturaleza argumentativa del texto. El incluir otra voz se utiliza como un argumento más. Todos lo usamos con frecuencia en nuestras comunicaciones habituales.

■ De forma esquemática, nuestras opciones de formato textual son las siguientes:

Secuencias	Dimensiones	Voces
■ Narración ■ Descripción-exposición ■ Instrucción	■ Argumentativo / no argumentativo	■ Monólogo: una voz / varias voces ■ Diálogo

Debemos decidir:

- Si usamos uno o varios tipos de secuencias combinadas.
- Si el texto será argumentativo o no.
- Si damos entrada a otras voces distintas a la del escritor.

■ Veamos algunos ejemplos:

- **Texto argumentativo, monologal** (aunque con varias voces), **formado por una narración seguida de una descripción:**

Las piedras «pequeñas y sucias» de Naomi

La Haya/ La modelo británica afirma desconocer la procedencia de unos «diamantes de sangre» que aparecieron en su habitación tras cenar hace 13 años con el dictador de Liberia Charles Taylor. Por Macarena Lora

Érase una vez, hace 13 años, una cena. Allí estaba Naomi Campbell al lado de su anfitrión, Nelson Mandela. A su alrededor, una pandilla de selectos invitados entre los que se encontraban la actriz Mia Farrow, el músico Quincy Jones y un tal Charles Taylor, que presidía una tal Liberia. De todo ello, qué cosas, la supermodelo no recuerda absolutamente nada. O muy poco. La comparecencia ayer de la estrella ante el tribunal que juzga a Charles Taylor por once crímenes, incluidos asesinatos, violaciones y enrolamiento de niños soldados, giró entorno (sic) al «hace mucho tiempo que esto ocurrió». No obstante, la testigo logró hilar su testimonio y narrar el relato de unos diamantes que la Fiscalía sospecha podrían estar manchados de sangre. He aquí la historia de las piedras de la discordia desde que cayeron en manos de Naomi Campbell hasta que la modelo se desprendió de ellas. Seis horas de mutua compañía entre una mujer y un puñado de diamantes.

De *beige*, según unos, o de blanco, según otros, lo que quedó claro es que Naomi Campbell se presentó ayer en La Haya de morros. «Yo no quería estar aquí», se sinceró la testigo nada más comenzar la vista. «No quiero tener nada que ver con esto, no quiero problemas para mi familia», aseguró antes de comenzar a responder preguntas de la fiscal, Brenda Hollis, y de la defensa de Charles Taylor, el abogado Courtney Griffith.

Campbell pudo, quizá, evitar que la fotografiaran llegando (tarde) al tribunal gracias a las estrictas medidas de seguridad exigidas por su abogado. Pero no pudo esquivar al batallón de medios internacionales que seguía la vista desde la tribuna del público y por una pantalla desde la sala adyacente. En unas gradas habitualmente vacías desde que empezó el juicio de Taylor en enero de 2008, había casi un centenar de periodistas pendientes del recorrido de las piedras «pequeñas y sucias», como las describió Campbell. Cuándo y cómo llegaron a su poder los diamantes, qué hizo con ellos, y a quién le confió su existencia eran retransmitidos casi instantáneamente a todas las redacciones de los medios occidentales ante la ausencia total de prensa africana.

(El Mundo, 6-8-2010, pág. 1, Verano)

En este texto hay secuencias narrativas y descriptivas coordinadas. La periodista une la descripción (la modelo, los personajes que acudieron a la cena, los periodistas que están esperándola…) con la narración de los hechos. Hay una intención argumentativa, aunque

muy poco marcada. La periodista pretende ser objetiva, pero deja entrever su postura —poco favorable a la modelo— por medio de ciertas insinuaciones, imprecisiones *(un tal Charles Taylor, una tal Liberia)*, el comentario *qué cosas*, o el añadido *ante la ausencia total de prensa africana*. El texto está cuidadosamente escrito, por tanto, con reelaboración (aunque se utiliza erróneamente *entorno* por *en torno*). Aunque no hay diálogo sí aparecen múltiples voces: la de la periodista, la de la propia Naomi Campbell (*afirma desconocer*) cuyas declaraciones, además, se recogen como citas literales entrecomilladas (*«hace mucho tiempo que esto ocurrió«, «piedras pequeñas y sucias»…)*

- **Texto no argumentativo, monologal, sin reelaboración formal, formado por una parte descriptiva (la inicial) y una instrucción:**

Ingredientes para preparar brandada de bacalao (cremosa)

- 500 gr de bacalao desalado (sin piel ni espinas).
- 1 patata grande.
- Leche.
- 150 ml nata.
- 2 ajos.
- Aceite de oliva.
- Pimienta.
- Nuez moscada.
- Sal.

Cómo preparar brandada de bacalao (cremosa)

Colocar el bacalao desalado en un cazo y cubrirlo de leche. Poner al fuego y dejar hervir de 4 a 5 minutos. Escurrir la leche. Hervir la patata y añadirla al cazo del bacalao. Batir el bacalao, la patata y los ajos con la batidora. Mantener a fuego lento e ir añadiendo la nata, un poco de sal, nuez moscada, la pimienta y el aceite poco a poco sin parar de batir con la batidora hasta que quede una masa fina. Poner unos minutos al gril para gratinar. Servir con rebanadas de pan tostado.

(www.recetario-cocina.com/receta/brandada-de-bacalao-cremosa)

En la primera parte se enumeran los ingredientes necesarios para preparar este plato (descripción). La segunda parte («Cómo preparar brandada de bacalao») recoge las instrucciones, los pasos que debemos seguir para elaborarlo. Aparecen estas normas en infinitivo. No es un texto argumentativo (no pretende convencer de nada), y su registro es estándar.

- **Instrucción con descripción, argumentativa, monologal:**

¿HABLAMOS?

DETENER EL VIH ES RESPONSABILIDAD DE TODOS

INFÓRMATE Y COMPARTE LO QUE SABES SOBRE EL VIH

www.cruzroja.es
900 111 000

Una nueva acción informativa que quiere contribuir a prevenir el VIH y otras infecciones de transmisión sexual en la población inmigrante. La situación de la epidemia en personas inmigrantes no es motivo de especial preocupación pero sí presentan una mayor vulnerabilidad frente a la infección por VIH.

La campaña quiere invitar a todas las personas inmigrantes a que se informen sobre el VIH y a que compartan dicha información con su familia, sus amistades y su entorno más cercano. Para ello se ha realizado un COMINC adaptado cultural y lingüísticamente a los diferentes colectivos y recoge la heterogeneidad de la población inmigrante para que esta se sienta lo más representada posible.

¿Hablamos? Infórmate y comparte lo que sabes sobre el VIH.

Conoce su historia […]

Daniela, mujer latina. Su país de origen es Colombia. Enfermera en su país, estudia para convalidar su titulación […]

Carmen, mujer española. Convive con el VIH y colabora en una ONG.

Iryna, mujer de Europa del Este. Su país de origen es Ucrania. Tiene trabajo desde hace una año[…]

Ibrahima, hombre subsahariano. Su país de origen es Senegal. Músico en su país, se dedica a la venta de artesanía africana […]

Luis Alberto, hombre latino. Su país de origen es Ecuador. Lleva 18 meses trabajando en un restaurante de camarero […]



Miguel, hombre español. Compañero de piso de Daniela y Luis Alberto. Trabaja en el mismo restaurante que este último [...]

María, mujer española. Compañera de trabajo y amiga de Iryna [...]

(www.msps.es/campannas/campanas10/inmigrantes10.htm)

Este fragmento, perteneciente a una campaña del Ministerio de Sanidad y Política Social, utiliza también la heterogeneidad para conseguir su objetivo. Pensemos que una construcción más simple sería el simple mandato: «Infórmate sobre el VIH», pero no resultaría tan rentable. Al ciudadano hay que convencerlo, y para ello hay que utilizar la argumentación. También hay que atraerlo y por ello la presentación tiene que ser interesante y cuidada. La imagen, la tipografía, la disposición en la página, todo contribuye a darle atractivo.

Textualmente, ha utilizado una descripción de la campaña: a quién va dirigida, cuál es su objetivo, y otra con descripciones de personas que lo sufren, ya sean inmigrantes o españolas. Actúan a modo de ejemplos, como argumentos que apoyan la tesis de que puede afectar a todos.

Intercalada aparece la instrucción, meta final del texto: *Infórmate y comparte lo que sabes sobre VIH*, que es el lema de la campaña, junto a ese *¿Hablamos?*, que parece una invitación.

En este caso el texto es monologal: hay una sola voz, la del Ministerio.

■ Los textos son, pues, heterogéneos y combinan los tipos de secuencias para conseguir su objetivo comunicativo. El fin argumentativo explica que introduzcamos una descripción del carácter de un personaje en una narración.

- Imaginad que estoy contando un hecho que revela el comportamiento inadecuado de una persona. Mi objetivo es que el otro llegue a la conclusión de que esta no es de fiar:

Ten cuidado con Fulanito, que se las gasta regular. El otro día en una reunión estaba hablando pestes de Pepa y luego se la presentó a unos colegas como su mano derecha. Es frío, calculador, y su sonrisa es más peligrosa que una puñalada.

Aquí la narración de un hecho es un ejemplo que sirve de argumento para sostener su tesis.



- Veamos otro caso donde la descripción actúa como argumento para la invitación (instrucción):

He traído hoy unos langostinos exquisitos. Tienen una pinta que se comen solos. Así que quédate a comer, que no te vas a arrepentir.

■ También la reelaboración formal sirve para el fin argumentativo. Así lo hace la publicidad. Y las diferentes voces aportan riqueza al texto y se usan como argumentos de fuerza. La intención comunicativa es fundamental para elegir el tipo de secuencias. Veamos algunos casos.

- El siguiente pertenece a un libro sobre yoga:

[...] En una ocasión, un discípulo acudió a un avanzado maestro para pedirle que le ayudase a liberarse. Y el maestro le dijo:

—Querido mío, ¿quién te ata sino tu mente?

La mente es un problema para casi todos los seres humanos. Puede ser amiga o enemiga, paraíso o infierno, fábrica de mención o de maldición. La mente nos proporciona muchos problemas con su pensamiento descontrolado, su memoria negativa y sus fantasías, alimentando, en ocasiones, temores infundados. En la mente hay ira, odio, malevolencia, abatimiento, conflicto y fricción [...].

(R. A. Calle, obra citada, pág. 57)

La obra pretende dar información y recomendaciones para mejorar la vida a través del yoga. El autor tiene una intención práctica, no solo teórica. Para ello tiene que ser claro y directo.

La primera parte es una narración que da paso a un diálogo entre el maestro y el discípulo. Este se presenta como argumento-ejemplo, a partir del cual desarrollar una descripción de la mente. Usa la voz del personaje, el diálogo fingido para ilustrar su tesis (la mente es nuestro problema) y convencer. Todo tiene un fin argumentativo. Seguidamente se describe y desarrolla: «La mente es un problema...»

La tesis se deduce de la intervención del maestro. La parte narrativa presenta formas en pasado *(acudió, dijo)*, circunstancias temporales *(en una ocasión)*. Además, los verbos son de acción: *acudió, dijo, pedir, ayudar, liberar.* Habla el maestro, no el narrador.

En el otro párrafo pasamos a la descripción de la mente. Los verbos son estáticos (*es, puede, proporciona, hay*) y están en pre-

sente. El núcleo informativo está en las predicaciones *(un problema, amiga o enemiga, paraíso o infierno, muchos problemas, ira, odio)*. En los sustantivos, en suma.

El fin del texto, argumentativo y casi didáctico, pide esta mezcla, esta reelaboración, que es bastante rentable.

• Confrontémoslo con una narración que compusiéramos nosotros:

> Te voy a contar una historia. Había una vez un discípulo que va y le dice a un maestro que había muy importante. Fue para pedirle que le librara de sus problemas, porque él tenía un montón de problemas y estaba muy angustiado. Sus negocios no iban bien, tenía problemas en casa y no sé cuántas cosas más. En fin, que estaba el pobre un poco mal. El maestro, entonces, le dice:
>
> —Hombre, Alfredo, no tienes razón para estar así. Tampoco son tan graves los problemas. Lo que de verdad te tiene a ti en esa situación, completamente atado, es tu propia mente.

¿Qué falta aquí? Evidentemente, la reelaboración formal y la concisión.

La coloquialidad y el uso de elementos innecesarios hacen que se pierda la fuerza de la frase sentenciosa, que en el texto original funciona como tesis de una argumentación que se va a desarrollar a lo largo del libro sin darse uno cuenta. Siguen descripciones, exposiciones, pero sin imponer las conclusiones, sino dejándolas fluir, con lo cual el receptor se siente convencido ya de entrada. Se pasa de una situación concreta a la demostración general, con una acumulación de características de la mente que actúan a modo de razones para sostener esa idea: el poder de la propia mente.

2.2 La narración

■ Las características de una narración son:

- el predominio de la acción: una serie de hechos.
- la situación espacial y temporal.
- un cambio temporal en el desarrollo de estas acciones.
- una serie de personajes.

La perspectiva del texto es dinámica. El hablante es narrador de un suceso, situado en otro espacio/tiempo. Los personajes, las

acciones y las circunstancias van cambiando y progresando a lo largo de su transcurso. Esto hace que predominen los verbos, en diferentes formas, generalmente del pasado, y muchas referencias temporales y espaciales.

■ Necesitamos, pues, esos ingredientes:

- unos hechos, ordenados en sucesión.
- un espacio.
- un tiempo.
- unos personajes.

■ Debemos elegir la perspectiva desde la que narramos, es decir, el papel que va a desempeñar el hablante-narrador: si va a ser una narración autobiográfica (predominio del yo, primera persona), de narrador omnisciente, de narrador-testigo, objetivo, o de enfoque múltiple (tercera persona)… Y también hay que decidir si vamos a utilizar personajes, y si introduciremos diálogo entre ellos.

■ La expresión debe ser sencilla y variada, y el ritmo del texto fluido. Los hechos deben estar presentados con verosimilitud, y los personajes caracterizados en consonancia con el ambiente y la realidad que los envuelve.

■ Veamos un ejemplo:

> **Los Príncipes de Asturias presiden la presentación de la *Ortografía de la lengua española***
>
> En una sesión conjunta del pleno de la Real Academia Española (RAE) y de la Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE), se ha presentado hoy la nueva edición de la *Ortografía de la lengua española*, la última obra fruto de la política panhispánica que llevan a cabo las veintidós Academias de España, América y Filipinas.
>
> Abrió la sesión el Director de la RAE y presidente de la Española ASALE, don Víctor García, quien, al final de su intervención, hizo entrega de un ejemplar de la *Ortografía*.
>
> En nombre de la Academia Chilena de la Lengua habló su director, don Alfredo Matus, y como representante de la Academia Mexicana de la Lengua lo hizo el director de esta corporación, don José Moreno.



También participó, con un saludo grabado en vídeo, don Mario Vargas Llosa, académico y Premio Nobel de Literatura en 2010.

Por su parte, el académico coordinador de la obra, don Salvador Gutiérrez Ordóñez, explicó los aspectos esenciales de esta nueva edición de la Ortografía.

17 de diciembre de 2010

(www. rae.es/rae/gestores/gespub000011.nsf/voTodosporId/3FE38EB51D0)

En esta noticia sobre la presentación de la nueva *Ortografía* de la RAE, se ha elegido un formato de narración, como secuencia dominante, junto a una pequeña secuencia descriptiva en el primer párrafo para explicar qué es la *Ortografía*: *la última obra fruto de la política panhispánica que llevan a cabo las veintidós Academias de España, América y Filipinas*. En el resto se sigue una ordenación cronológica: *se ha presentado hoy, abrió la sesión, habló su director, lo hizo, también participó, por su parte… explicó, finalmente… clausuró*. Predominan, como vemos, los verbos en pasado.

■ En un texto narrativo los hechos tienen que estar ordenados temporalmente. Podemos hacerlo:

- Siguiendo el orden cronológico lineal. Es el modo más sencillo. Un ejemplo es la noticia que acabamos de transcribir.
- En una restrospectiva (de atrás hacia delante), es decir, empezando por el resultado o desenlace de los hechos y terminando por el inicio o causa de los mismos.
- *In media res:* iniciar el relato desde un acontecimiento central e ir hacia atrás, indicando los precedentes, y luego adelante, refiriendo las consecuencias.

■ En la narración la presencia de la subjetividad no está muy bien vista. Debe ser una crónica objetiva de hechos acaecidos, aunque sean los hechos autobiográficos, que se presentan con una aparente objetividad para el que escribe. Veamos, por ejemplo, este relato.

X fue embajador en París desde 1995 a 2004. Allí llegó desde Madrid, donde había comenzado a enseñar en 1987. Lo llamaron para desempeñar uno de los cargos más importantes y comprometidos. Allí comenzó su relación con el escritor Y, fruto de la cual son los excelentes artículos que leemos hoy con fruición.

Hasta 2004 realizó una labor meritoria, pero una enfermedad le hizo abandonar la vida activa y se dedicó, cuando se lo permitía su estado de salud, a escribir relatos y artículos periodísticos.

Este texto comienza la narración de los hechos *in media res*. Utiliza muchos verbos en pasado: *fue, llegó, había comenzado, llamaron, comenzó, han sido, realizó, hizo, dedicó*… Estos están jerarquizados en diferentes momentos del tiempo. Así el uso de *había comenzado* o *han sido*.

Los hechos progresan cronológicamente, como lo marcan los segmentos temporales: *desde 1995 a 2004, en1987, hasta 2004*. Asimismo, se sitúa espacialmente: *en París, desde Madrid*.

La adjetivación se limita a *excelentes* y *meritoria*.

El texto es objetivo, no aparece el hablante narrador, todo está en tercera persona, a excepción de *leemos*, un plural genérico, que lo liga al ahora. Es una forma de anclaje, de mostrar la repercusión y el interés del tema, y, al mismo tiempo, sitúa claramente la narración en un pasado que tiene una influencia en el presente. Es una muestra de la argumentación subyacente que encontramos, y que se manifiesta también en estos adjetivos que nos transmiten una visión positiva del personaje.

Es un texto lingüísticamente cuidado y perfectamente cohesionado, a través de las referencias temporales o deícticos como *allí*.

■ En el siguiente fragmento se interrumpe la narración cronológica de los hechos para introducir un hecho anterior. La narración está en presente, y el hecho anterior en pasado. También encontramos aquí la presencia de un diálogo:

[…] Con chirriar de candalizas, seis marineros izan la chalupa y la trincan en cubierta, chorreando agua. Pepe Lobo tira la colilla del cigarro y se aparta del coronamiento.

—¿Buena presa, entonces?

Tose Maraña, llevándose a los labios el pañuelo que saca de la manga de la casaca, y lo guarda tras mirar indiferente las salpicaduras de saliva roja.

—Las hice peores.

Cambian una sonrisa cómplice los dos marinos. Detrás del escribano, que trae también la patente, el rol y el conocimiento de carga de la presa, sube a cubierta el patrón de la tartana: un sujeto grueso, de patillas blancas, tez rojiza y cierta edad, con cara

de habérsele hundido el mundo bajo los pies. Es español como la mayor parte de sus tripulantes, entre los que no hay ningún francés. Maraña le permitió meter sus cosas en un pequeño cofre de camarote que han traído los del trozo de abordaje, y que ahora, abandonado en la cubierta, acentúa su estampa patética.

—Lamento verme obligado a retener su barco —le dice Pepe Lobo, tocándose el sombrero—. Será conducido con su carga y documentación, pues lo considero buena presa [...].

(A. Pérez Reverte, obra citada, pág. 236)

■ **Generalmente, una narración pura consiste en la enumeración cronológica de hechos. Suele combinarse con otras formas para mantener el interés. Al público le gusta conocer el porqué de los acontecimientos, y los sentimientos ante los mismos. Para ello se usa la descripción. También para enmarcar.**

• **Veámoslo en el siguiente texto:**

[...] Quise acompañar a Rodrigo en su última batalla contra la indiada mapuche, pero él no me lo permitió.

«Estás muy vieja para eso, Inés», se rió. «Tanto como tú», respondí, aunque no era cierto, porque él tenía varios años menos que yo. Creíamos que no volveríamos a vernos, pero nos despedimos sin lágrimas, seguros de que nos reuniríamos en la otra vida» [...].

(I. Allende, *Inés del alma mía*, Random House Mondadori, 2008, pág. 15)

En este fragmento la autora combina narración y descripción. Asimismo, aparecen diversas voces, la de la protagonista narradora y la del personaje, en un diálogo retomado. Esta obra está escrita en primera persona, como una autobiografía, aunque se trata de una ficción literaria.

• **Lo mismo ocurre en el siguiente texto de Elvira Lindo. Este procedimiento acerca el texto al receptor, le da verosimilitud:**

[...] El otro día, la sita Asunción entró en clase con una noticia muy grande que darnos. Se lo notamos nada más verla porque en vez de mandarnos callar a gritos como hace siempre, se sentó mientras nosotros terminábamos el recreo y se nos quedó mirando fijamente, la tía. Nos cuesta bastante acabar con el recreo, llegamos del patio a clase y todavía se nos han quedado unas cuantas collejas en el tintero para darle a nuestro compañero más querido y algunas sardinillas. Sardinilla es una torta rápida, como un latigazo, que se le da a un enemigo o, en su defecto, amigo, en esa parte del cuerpo llamada culo. La sardinilla tiene un efecto quemador, y el que sufre la sardinilla se lleva la mano a esa parte del cuerpo llamada culo y dice *«aichss»*; pero luego se recupera y sale corriendo detrás de ti, y más vale que te vayas al otro lado del Planeta Tierra, porque la sardinilla vengadora es terrible [...].

(E. Lindo, *Manolito tiene un secreto*, Alfaguara, 2003, pág. 13)

Aquí están perfectamente separadas narración y descripción. Esta última sirve a la narración: se trata de explicarnos qué es una sardinilla.

• **Esta intercalación de secuencias tiene un fin argumentativo, generalmente. Nos sirve para conocer a los personajes, tanto físicamente —como veíamos en el texto de Isabel Allende— como en lo relativo a su comportamiento, lo que sirve para explicar las acciones que van a ocurrir a lo largo de la historia.**

■ **Pero otras veces la narración no es lo dominante, sino que está subordinada a otro objetivo comunicativo. El texto puede ser predominantemente descriptivo o predominantemente instructivo, y la secuencia narrativa se usa como un argumento para convencernos de algo. Por ejemplo:**

[...] La habilidad para camuflar la realidad con el fin de mejorar las posibilidades de sobrevivir abunda en el reino animal. Por ejemplo, algunas serpientes inofensivas exhiben la pigmentación de culebras venenosas y reciben un respeto inmerecido por parte de sus rivales. Los zorros en peligro simulan estar muertos para despistar al agresor, y los chimpancés cojean visiblemente en presencia de un macho dominante para salvar el pellejo. En el caso de los seres humanos, la habilidad para transformar la realidad y protegernos es especialmente útil a la hora de mantener nuestra autoestima y estabilidad emocional. Sigmund Freud, a pesar de su inclinación al fatalismo y de no hacer ni una sola mención al optimismo en su extensa obra, contribuyó al entendimiento de los trucos que inconscientemente utilizamos los seres humanos para escapar de la angustia y la desesperación. En una ocasión incluso interpretó las fantasías de poder y el humor negro que a menudo expresan los atemorizados reos antes de ser ajusticiados en la horca como «una defensa victoriosa de su invulnerabilidad» [...].

(L. Rojas Marcos, obra citada, pág. 55)

Contar experimentos de Freud sirve a Rojas Marcos como apoyo argumentativo de la exposición.

■ ¿Para qué tipo de textos elegiremos la narración?

• Para una novela, un cuento o una noticia de sucesos. En estos casos lo dominante es la narración. Un ejemplo es el fragmento de Pérez Reverte anteriormente citado.

• Como parte subordinada a otro texto:

• En una exposición: un ejemplo ilustrativo es la exposición de Rojas Marcos que acabamos de ver.

• Para justificar una descripción (está así porque…, hechos ocurridos).

• Para justificar una instrucción.

Estos dos últimos casos pueden verse en el texto publicitario siguiente: aquí la narración es una secuencia subordinada a la descripción y a la instrucción. El objetivo es incitar a viajar a ese lugar. El pequeño dato histórico sirve como argumento para convencernos: vamos a un lugar que es patrimonio cultural.

> **Villes Wallones**
> **Villes de Coeur**
> BRUSELAS CHARLEROI. POR TRAYECTO,
> DESDE 10 € INCLUYE TASAS E IMPUESTOS
>
> Ciudades valonas, ciudades de corazón, tan cercanas, tan diferentes…
>
> A lo largo de los siglos, la Valonia se ha forjado un patrimonio cultural de los más atípicos: las ocupaciones sucesivas de las potencias del viejo continente dejaron su huella en la cultura, la gastronomía o las artes, mientras que, en sus ciudades, que atraen a los artistas y creadores más en boga, el modernismo, el *art deco*, los falansterios y las catedrales industriales se desarrollan a porfía.
>
> De Tournai a Lieja, de Mons a Namur pasando por Charleroi, la Valonia de hoy en día vela por esta herencia. Le invitamos a descubrir nuestras ciudades flechazo, sin moderación.
>
> www.belgica-turismo.es
>
> PARA VIAJAR ENTRE SEPTIEMBRE Y NOVIEMBRE
> RYANAIR
>
> Reservas hasta el 02.09.10. Sujeto a disponibilidad. Sujeto a términos y condiciones, visita Ryanair.com para más información. La tarifa no incluye recargos ni costes opcionales. Vuelos desde Madrid.
>
> (*ABC*, 1-9-2010, pág. 9)

■ La narración no se limita, como hemos podido comprobar, a novelas y relatos, sino que puede aparecer en ensayos, en publicidad y también en noticias periodísticas como la siguiente:

> *Ranking* de actores
>
> **El «transformador» más rentable de Hollywood**
>
> La revista *Forbes* ha ratificado por segundo año consecutivo al protagonista de la película *Transformers*, Shia Lebouf, como el más rentable para la industria cinematográfica de Hollywood, después de que los estudios que le contrataron hayan ingresado 81 dólares —unos 64 euros— por cada dólar que se le pagó como sueldo. *Tranformers* ganó 661 millones de euros en todo el mundo, y 622 otra película, *Indiana Jones y el reino de la calavera de cristal*, en la que Lebouf, de 24 años […] interpreta al hijo del mítico arqueólogo. La lista la completan Dani Radcliffe (61 dólares por dólar), Robert Downey (33) y Cate Blanchett (27).
>
> (*ABC*, 1-9-2010, pág. 9)

■ O incluso en discursos políticos. En el siguiente fragmento, perteneciente a un debate parlamentario, el presidente del Gobierno inserta una narración de hechos pasados referidos al líder de la oposición para desmontar su argumentación:

> […] Nosotros llevamos en nuestro programa una medida concreta para contener la subida de los precios: es un observatorio que compara los precios de los distintos proveedores y que estimulará la competencia. Una medida similar acaba de tomarse en Francia. Ustedes solo saben hacer demagogia con los precios. Los precios han subido lo mismo de media en su etapa de Gobierno que con nosotros, hay productos que suben más ahora, y otros muchos que suben menos o que incluso bajan. El pan, la leche y el pollo han subido, en efecto, pero vayamos a otros productos del mercado. Los huevos con ustedes subieron tres veces más, las frutas subieron tres veces más con ustedes, y las patatas subieron veintidós veces más con su Gobierno.
>
> Hay productos que con su Gobierno subían de precio y ahora incluso han bajado, como el vestido o los electrodomésticos.
>
> Hace poco usted viajó a Alemania a hacer campaña electoral y afirmó que quería ser presidente para que la leche costara en



España menos que en Alemania. No hace falta señor Rajoy; es más barata en España. Ese mismo día el Gobierno alemán había anunciado que los productos de primera necesidad habían sufrido la mayor subida de los últimos veintiséis años. También está en el libro por si alguien lo quiere comprobar.

(Intervención de J. L. Rodríguez Zapatero, debate Zapatero/Rajoy, 4-3-2008, en www.elpais.com)

2.3 La descripción y la exposición

■ Descripción y exposición comparten la misma estructura, aunque la descripción se limita a objetos materiales o personas, y la exposición se especializa en las ideas. En ambos casos es una caracterización de un todo, a través del análisis de sus partes.

■ Ambas constituyen secuencias en las que predomina una visión estática. No hay una organización cronológica, sino espacial: propiedades, características y relación con la situación. Se describen las características de un objeto, tema…, que se percibe de forma estática. De ahí que el mecanismo cohesivo básico sea la cohesión léxica. Y puede caber lo emotivo.

■ No hay cambio temporal, no hay proceso, no hay acciones, sino un análisis en partes, una disección.

- **Descripción:** un objeto, un personaje (características físicas o psicológicas), un paisaje, un estado de ánimo…
  - Objeto: sus partes físicas.
  - Paisaje: todo lo que encontramos en él, caracterizado y valorado.
  - Una persona: su aspecto físico, sus características psicológicas, su carácter, su comportamiento…
- **Exposición:** desarrollo de las características de una idea, concepto o pensamiento, en qué consiste, partes de que consta, antecedentes, consecuencias…

En todos los casos se analizan las propiedades de un todo. Por ello, las formas lingüísticas que emplearemos serán, predominantemente, sustantivos, adjetivos y verbos con escaso contenido de acción, verbos de estado.

■ En la descripción puede haber subjetividad, no así en la exposición, que debe ser objetiva, sin ceder a la valoración. En esta, sin embargo, es muy frecuente la presencia de la argumentación.

Generalmente exponemos una idea para compartirla con el receptor, para convencerlo. De forma esquemática:

	Descripción	Exposición
Específico	■ Objetos, personas, animales ■ Tipos: objetiva y subjetiva	■ Ideas ■ Tipos: objetiva
Común	■ Partes de un todo ■ Estatismo ■ Sustantivos, adjetivos, verbos de estado	

2.3.1 La descripción

■ La descripción aparece como texto homogéneo en reseñas de eventos como el siguiente:

Estreno de la biografía del Fénix

Lope, literatura de cine

El 3 de septiembre se estrena en los cines españoles la película *Lope*, una cinta biográfica de la pluma más prolífica de la literatura española de todos los tiempos, cuya obra es, por lo general, mucho más conocida que su intensa vida. La película, dirigida por el joven brasileño Andrucha Waddington, está protagonizada por el actor argentino Alberto Ammann, y ha sido seleccionada para ser proyectada —aunque fuera de concurso— en el prestigioso Festival de Cine de Venecia y en el Festival de Toronto […].

(*ABC*, Cultura, 1-9-2010, Enfoque, pág. 8)

- El texto describe una película, y para ello recurre a las siguientes menciones:
  - el objeto de la descripción: *una cinta biográfica de Lope,*
  - el autor del mismo, a quien se caracteriza como *la pluma más prolífica de la literatura española de todos los tiempos, cuya obra es, por lo general, mucho más conocida que su intensa vida,*
  - el director de la película: *dirigida por el joven brasileño Andrucha Waddington,*
  - el protagonista de la misma: *protagonizada por el actor argentino Alberto Ammann,*
  - las actrices participantes: *Leonor Watling y Pilar López de Ayala,*



• el festival en el que se proyecta: *en el prestigioso Festival de Cine de Venecia y en el Festival de Toronto.*

• No hay acción. El objetivo es simplemente anunciar ese estreno y caracterizar la película.

■ Es muy frecuente la aparición de secuencias descriptivas en textos narrativos, como caracterización de los personajes o el ambiente.

• Veámoslo en el siguiente texto:

> A pesar de su considerable volumen y su trato algo brusco, Angie era muy coqueta. Se vestía con túnicas floreadas, se adornaba con pesadas joyas étnicas adquiridas en ferias artesanales y solía pintarse los labios de un llamativo color rosado. Lucía un elaborado peinado de docenas de trenzas salpicadas de cuentas de colores [...].
>
> (I. ALLENDE, obra citada, pág. 32)

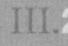
Las claves informativas se organizan en sustantivos y adjetivos, en una relación atributiva:

- volumen ← considerable
- trato ← algo brusco
- Angie ← muy coqueta
- túnicas ← floreadas
- joyas étnicas ← pesadas, adquiridas en ferias artesanales
- labios ← llamativo color rosado
- peinado ← elaborado, docenas de trenzas ← salpicadas de cuentas ← de colores.

En ellos la subjetividad aparece con frecuencia, como podemos ver por los adjetivos *llamativo* o *brusco.*

• También en el siguiente párrafo, inicio de *El asedio,* de Pérez Reverte:

> [...] Al decimosexto golpe, el hombre atado sobre la mesa se desmaya. Su piel se ha vuelto amarilla, casi traslúcida, y la cabeza cuelga inmóvil en el borde del tablero. La luz del candil de aceite colgado en la pared insinúa surcos de lágrimas en sus mejillas sucias y un hilo de sangre que gotea de la nariz. El que lo golpeaba se queda quieto un instante, indeciso, el vergajo en una mano y la otra quitándose de las cejas el sudor que también le empapa la camisa. Después se vuelve hacia un tercero que está de pie a su espalda, en penumbra, apoyado en la puerta. El del vergajo tiene ahora la mirada de un perro de presa que se disculpara ante su amo. Un mastín grande, brutal y torpe [...].
>
> (A. PÉREZ REVERTE, obra citada, pág. 17)



■ A veces se describen los pensamientos de un personaje, algo importante para justificar el desarrollo posterior de la trama:

> [...] Todos tenemos un punto de ruptura, piensa. Pero no lo expresa en voz alta. No ante su estólido auditorio. Los hombres se quiebran por el punto exacto si se les sabe llevar a él. Todo es cuestión de finura en el matiz. De saber cuándo parar, y cómo. Un gramo más en la balanza, y todo se va al diablo. Se rompe. Trabajo perdido, en suma. Tiempo, esfuerzo. Palos de ciego mientras el verdadero objetivo se aleja. Sudor inútil, como el del esbirro que sigue enjugándose las cejas con el vergajo en la otra mano, atento a la orden de seguir o no [...].
>
> (A. PÉREZ REVERTE, obra citada, pág. 17)

■ La descripción puede aparecer también en textos técnicos, para indicar las características de un producto —en este caso un servicio financiero—, pudiendo ser utilizada también argumentativamente:

Nuevos productos y servicios financieros

Junto a los créditos, préstamos y descuento comercial, las empresas pueden hacer uso de otros productos financieros a la hora de buscar los recursos necesarios para desarrollar su actividad. Entre ellos se encuentran:

■ ***Leasing:*** es una operación en la que una entidad financiera especializada compra un bien y lo pone a disposición del cliente (normalmente una empresa) durante un tiempo pactado a cambio de una cuota de alquiler. Al final de este período, la empresa podrá ejercer la opción de comprarlo por el valor residual pactado, o devolverlo a la sociedad de *leasing*.

■ ***Renting:*** es una operación consistente en que la sociedad de *renting* compra un bien y lo pone a disposición del empresario durante un período de tiempo determinado, a cambio de una renta que incluye los gastos ligados al funcionamiento del bien. Un ejemplo muy habitual es el *renting* de vehículos, en el cual la sociedad de *renting* se ocupa de las tareas de mantenimiento del mismo, de sus reparaciones, etc.

■ ***Factoring:*** es un tipo de financiación aplicada a las ventas a crédito, mediante el cual una empresa cede los recibos que ha de cobrar a sus clientes a una compañía de *factoring* para que

esta haga las gestiones de cobro a su vencimiento y, en su caso, adelante una parte del importe de los recibos cedidos. Si la entidad financiera asume el riesgo de impago de los clientes de la empresa, nos encontraremos ante un «*factoring* sin recurso». En caso contrario, se tratará de un «*factoring* con recurso».

■ ***Confirming:*** es un servicio, ofrecido por las entidades financieras, consistente en gestionar los pagos de una empresa a sus proveedores, ofreciendo la posibilidad a estos últimos de adelantar el cobro, a cambio del cobro de un interés. En definitiva, es un instrumento que permite al vendedor garantizar el cobro de las ventas, y al comprador simplificar la gestión de pago de las compras.

Por lo que concierne a las entidades financieras, cabe reseñar un particular recurso de financiación: la titulización de activos. Esta operación consiste en transformar activos no negociables en activos susceptibles de ser negociados en un mercado secundario, a través del uso del correspondiente vehículo «societario» (fondo de titulización).

Finalmente, y si bien existen multitud de productos en el mercado adecuados a distintas finalidades, una de las posibilidades más extendidas es la compraventa de derivados financieros, esto es, de instrumentos financieros (futuros, opciones, etc.) referenciados a activos subyacentes (los activos que sirven de soporte al derivado financiero).

Proyecto de Educación Financiera «Edufinet» (www.edufinet.com)

■ La argumentación va unida a la descripción a través de la valoración que añadimos a los objetos que describimos. Esta evaluación nos orienta hacia la opinión que le merece al escritor.

■ Sirve perfectamente para fines didácticos. Por ello, es usada en textos humanísticos y divulgativos.

¿Qué es el ADN?

El ADN es la sustancia química donde se almacenan las instrucciones que dirigen el desarrollo de un huevo hasta formar un organismo adulto, que mantienen su funcionamiento y que permite la herencia. Es una molécula de longitud gigantesca, que está formada por agregación de tres tipos de sustancias: azúcares, llamados desoxirribosas, el ácido fosfórico, y bases nitrogenadas de cuatro tipos, la adenina, la guanina, la timina y la citosina.

Los azúcares y los ácidos fosfóricos se unen lineal y alternativamente, formando dos largas cadenas que se enrollan en hélice. Las bases nitrogenadas se encuentran en el interior de esta doble hélice y forman una estructura similar a los peldaños de una escalera. Se unen a las cadenas mediante un enlace con los azúcares. Cada peldaño está formado por la unión de dos bases, formando los pares de bases anteriormente mencionados; pero estos emparejamientos solo pueden darse entre la adenina y la timina o entre la citosina y la guanina. Las secuencias —el orden en que se van poniendo— que forman adenina, timina, citosina y guanina a lo largo de la cadena de ADN es lo que determina las instrucciones biológicas que contiene.

(www.casaciencias.org/domus/genetica/html/adn.html)

■ ¿Dónde encontramos empleada esta secuencia?

– Partes de las novelas, relatos, etc., para caracterizar a los personajes o al paisaje.

– Crónicas periodísticas culturales: un libro, un disco, un espectáculo…

– Parte de una carta, una comunicación personal, una instrucción…

– Publicidad: para describir las características de un producto.

• Veamos un ejemplo:

JUST LIKE A LADY **— Mina Agossi — Naïve**

En la ya amplia nómina de cantantes de *jazz* europeas la francesa Mina Agossi ha sido una de las que más expectación e interés despertó por su desenfadada propuesta donde se mezclaban libremente el *jazz*, el *blues* o las músicas étnicas, producto todo ello de la misma personalidad y de la propia biografía de la cantante. Con *Just like a lady* cabe preguntarse si se está ante un disco de *jazz*, que sí, o si es más bien un álbum de *pop;* que también, al menos conceptualmente. Y ese es el riesgo de este disco; el de quedarse en terreno de nadie y no gustar ni a uno ni a otros. Posiblemente a los puristas del *jazz* el disco les repatee y los poperos lo vean como demasiado sesudo y poco divertido. En cualquier caso hay que alabar el riesgo y la valentía de esta mujer. Con ella están en esta aventura sus fieles Eric Jacot al contrabajo e Ichiro Onoe a la batería y hay que resaltar la presencia de Andy Narell, uno de los mejores intérpretes de «steel pan» y un nombre de referencia en el llamado «smooth jazz».

(José Manuel Pérez Rey, *Variaciones*, n.º 58, pág. 46)

En este caso se trata de la crítica a un disco de *jazz*. Observamos en este fragmento lo siguiente:

• La información fundamental recae en sustantivos y adjetivos: *disco de* jazz, *álbum de* pop, *disco, demasiado sesudo, poco divertido, riesgo, puristas, poperos, valentía, aventura, mejores intérpretes, un nombre de referencia,* steel pan, smooth jazz. Y enumera los músicos que colaboran con Mina Agossi: *Eric Jacto, Ichiro Onoe, contrabajo y batería, junto a Andy Narell.* Con estos elementos podemos reconstruir todo lo expuesto en el texto. Los verbos son estáticos, no aportan información y están en presente: *cabe preguntarse, está, es, quedarse, gustar, repatee, vean, hay que alabar, están, hay que resaltar.*

• Es claramente argumentativo, ya que nos ofrece una valoración del disco *(riesgo, valentía)* pero también diversas opiniones *(demasiado sesudo, poco divertido, según los poperos y rechazado por los puristas del* jazz). Hay, pues, varias voces. El crítico se decanta por alabar la valentía de la artista y la de sus acompañantes en la *aventura*. Por tanto, deducimos que es novedoso, una apuesta, aunque fuera de las líneas establecidas para este tipo de música.

• Se utiliza un registro bastante coloquial *(repatear, popero).*

• El texto presenta algunos errores de puntuación (*en cualquier caso* sin coma, uso incorrecto del punto y coma).

2.3.2 La exposición

■ La exposición utiliza los mismos mecanismos que la descripción, solo que lo que analiza es una idea, que va desarrollando en su complejidad.

■ Predomina, por tanto, una visión lógica, y suele preferir un esquema con introducción, desarrollo y conclusión, para que las ideas puedan ser captadas sin esfuerzo. Si en la descripción el orden puede ser espacial (las partes de un objeto, lugar o persona), en la exposición es un orden mental, en el que seguimos una lógica inductiva o deductiva: de la idea general a sus partes, o de sus manifestaciones particulares o indicios al todo, a la conclusión.

• Por ejemplo, en este fragmento de J. A. Marina, partimos de una enumeración de comportamientos humanos y animales para llegar a una generalización sobre el innatismo:

[…] Ni los animales ni los humanos nacemos siendo páginas en blanco en las que la experiencia irá escribiendo las individuales biografías. A ustedes y a mí nos parieron con mucho texto ya escrito en nuestros organismos, escritura que, como un palimpsesto, podríamos descubrir a la luz adecuada. Si el conejo no naciera con alguna habilidad innata para reconocer al halcón que quiere matarlo, y así poder huir al verlo, la especie se habría extinguido hace milenios. Los patitos se lanzan al agua nada más nacer, aunque hayan sido incubados por una gallina y no hayan podido aprender tan arriesgada conducta. Todos los animales nacen con mecanismos preprogramados para realizar movimientos, para aprender unas cosas con más rapidez que otras, para detectar estímulos especiales y responder a ellos de una manera rígidamente establecida. Sin saberlo, los seres vivos desarrollan una incesante actividad —interna y externa— para resolver dos grandes problemas: sobrevivir y reproducirse. Todo parece indicar que, salvo en el ser humano —o acaso en algún otro primate—, esos empeños se realizan de forma no consciente. O mejor dicho, la conciencia acompaña desde fuera al acto, como un testigo notarial, mientras que en nuestro caso habita el acto desde dentro, como un conductor su automóvil. Cuando mi perro, después de olisquear a la hembra, la monta, con una agitación ansiosa —y un poco ridícula por «sobreactuada»—, que la perra aguanta resignada y aburrida, no sabe que está colaborando a la pervivencia de su especie. Una señal ha disparado en ellos unos mecanismos amartillados previamente. Son marionetas sin dueño conocido. El maestro Eckhart escribió: «Si preguntaras a la vida durante mil años por qué vive, te respondería: Vivo porque vivo». La realidad entera, menos el hombre, es una gran tautología.

Así pues, todos los organismos nacen con dispositivos —sencillos o sofisticados— diseñados para resolver automáticamente los problemas básicos de la vida, que son:

– Encontrar alimentos, es decir, fuentes de energía.

– Mantener un equilibrio químico interno, la famosa homeostasis de la que ya hablaremos.

– Conservar la estructura del organismo, luchando contra agentes dañinos interiores o exteriores.

– Reproducirse […].

(J. A. Marina, *La arquitectura del deseo*, Cátedra, 2007, págs. 37-38)

El texto es estático, abundan los sustantivos, y los verbos no implican acción ni progreso temporal. Tiene una dimensión

argumentativa, algo frecuente en los ensayos, porque busca defender una tesis, nos quiere llevar a una conclusión. Incluso ha recurrido a argumentos de autoridad: el de Eckhart. De este modo hemos introducido otra voz en el texto, que apoya sus conclusiones.

• En este otro aparece con claridad el análisis en partes, la disección, en este caso de los efectos de la meditación:

La meditación como método de transformación y salud mental

[...] Aunque una persona no crea en absoluto en los efectos de la meditación, si medita, esta le transforma. La meditación es, básicamente, un método para la transformación positiva de la mente y la mutación saludable de la psique. No hay yoga mental sin meditación; esto es, sin el ejercitamiento mental y psíquico que nos permita acceder a una mente más clara, equilibrada, firme y ecuánime; en suma, con más sabiduría. Como el mero deseo de cambio interior o el propósito no bastan (aunque en principio sean necesarios), se requiere un método o *praxis* —un vehículo— para hacer posible esa mutación interior. Este es uno de los importantes objetos de la meditación. Mediante la práctica de la misma llegamos a desarrollar una nueva manera de percibir, enfocar, sentir, experimentar, pensar y proceder [...].

(R. A. Calle, obra citada, pág. 61).

Este fragmento viene precedido del título «La meditación como método de transformación y salud mental», que ya nos predispone a que es una exposición. Hay argumentación porque se nos dan razones para convencernos de la tesis del autor. En un lenguaje excelente, se acumulan informaciones para sustentarla.

Encontramos definiciones, conceptos, muchos sustantivos abstractos, muchos adjetivos, términos técnicos *(psique, praxis)*, y la acumulación en enumeraciones.

Pero ¿cómo está cohesionado?

Hay repeticiones de *meditación*, dispuestas en cierto orden, lo que evita la sensación de pesadez. Además, nos sirve para sustentar las opiniones, ya que es un tema complejo y necesitamos que nos dejen claras las ideas. Sí tenemos un pronombre: *de la misma*.

Los conectores empleados son los básicos y, al ser una exposición argumentativa, se intenta demostrar una idea y convencer

al receptor de ella. Por tanto, encontramos estructuras causativas *(como...* + conclusión), sentando la causa como una premisa, necesaria, lo que evita su discusión. *Esto es* introduce una reformulación para acercar lo complejo o abstracto. Y *en suma* es un recapitulativo que reduce la enumeración previa a un elemento genérico.

■ En la exposición puede aparecer la subjetividad también, como en la descripción, pero aquí debemos tener cuidado en no excedernos, porque resta credibilidad.

■ La exposición de una idea, cuando aparece con una dimensión argumentativa, puede ir apoyada por otras secuencias, como ocurre en el siguiente caso. La autora reflexiona sobre la indiferencia ante el mal ajeno y lo hace incluyendo ejemplos, casos concretos y situaciones pasadas que ocupan pequeños fragmentos narrativos:

Indiferencia

Rosa Montero 28/12/2010

Hoy es una fecha perfecta para hablar del maltrato infantil, esa otra violencia doméstica que casi nadie menciona, aunque me temo que es más habitual que las agresiones a las mujeres. Claro que hay otro pavoroso rincón de la cotidianidad aún más silenciado, el de los abusos contra los ancianos, que son unas víctimas comodísimas para los verdugos: no pueden defenderse y muchas veces ni siquiera moverse, no denuncian, no votan y al poco tiempo se acaban muriendo. Pero esto lo dejaremos para otro día.

De cuando en cuando el horror subterráneo asoma por un momento la cabeza, como en el caso de César, ese niño de nueve años cuyo cadáver apareció en Menorca en una maleta y que fue (supuestamente) ahogado por su madre. Y lo más estremecedor no es ya su asesinato, sino el abandono de un crío tan pequeño por parte de todos. A nadie importó, nadie le echó en falta; me pregunto cuántos niños más habrá en este país que, sin llegar a morir, viven en la crueldad y la desdicha ante el desinterés general.

La puerta del vecino puede ocultar un infierno doméstico, pero preferimos no enterarnos. Maltratos y abusos: espanta pensar que solo salen a la luz los casos extremos. Como el de esa niña de 14 años secuestrada por unos rumanos. La cría estaba «muy débil, delgada y asustada» y



parecía «de 12 años», dijo el policía que la salvó. Pero entre sus clientes se supone que estaban un juez de paz y un ex concejal que se ha suicidado. Es un pueblo pequeño y era un secreto a voces. Esos vecinos que presenciaron todo, ¿no advirtieron la edad, la indefensión, el abuso? ¿Se puede mirar sin ver y ser inocente? Creían que la niña era rumana, dicen algunos a modo de justificación espeluznante. Lo peor es la indiferencia de los testigos.

(www.elpais.com/articulo/ultima/Indiferencia/elpepiult/20101228elpepiult_2/Tes?print=1)

La parte expositiva va en presente: *son, menciona, es, pueden, denuncian, votan, se acaban muriendo.* Y la narrativa en pasado: *apareció, importó, echó en falta, prostituyeron, salvó, se ha suicidado, presenciaron, advirtieron.*

■ Este texto es heterogéneo, dominantemente expositivo, argumentativo, reelaborado, con una secuencia narrativa que está subordinada, encargada de mostrar argumentos, ejemplos, casos concretos, para defender la tesis general.

■ La exposición aparece, como hemos podido comprobar, en:

– Artículos de opinión, editoriales.

– Ensayos.

– Artículos científicos.

– Discursos.

• Existen varios tipos de exposición:

• Científica: tema especializado. Exige orden, rigor y precisión.

• Didáctica: temas de conocimiento. Orden, claridad y exactitud.

• Divulgativa: dirigida a un público extenso. Tema de interés y estilo sencillo.

• Humanística: exige análisis reflexivo, orden, claridad y desarrollo dialéctico.

• Periodística: domina la objetividad, claridad y exactitud en la información.

■ Hemos visto ejemplos de la periodística (Rosa Montero), la divulgativa (R. A. Calle) y podemos terminar con un ejemplo de exposición científica.

B. - Tratamiento preventivo convencional. Aunque en pacientes con CAA algunos autores recomiendan esperar a utilizar tratamiento preventivo solo en los casos en los que la cefalea no cede tras la desintoxicación, nosotros pensamos que en los pacientes con CAA el tratamiento preventivo está indicado desde el inicio.

En los pacientes con CTC el tratamiento preventivo de elección es la amitriptilina, a dosis bajas (20-50 mg/día en toma única nocturna). En el caso de la MC existen varias opciones para el tratamiento preventivo (tabla 6)19, 22. Hemos de individualizar el tratamiento teniendo en cuenta por un lado el perfil del paciente y por otro las contraindicaciones y los efectos secundarios.

Como puede observarse en la figura 1, el tratamiento preventivo de elección en estos pacientes son los beta-bloqueantes o el topiramato. En caso de no respuesta a estos fármacos, puede emplearse la flunarizina, si bien hemos de tener en cuenta que este fármaco puede inducir depresión y sobrepeso, hechos que frecuentemente impiden su utilización en este grupo de pacientes formado mayoritariamente por mujeres de edad media de la vida. La siguiente opción es el ácido valproico, fármaco con eficacia demostrada, aunque puede tener efectos secundarios serios, pues es teratógeno y su uso nos obliga al control analítico de transaminasas. Recientemente se ha demostrado que la utilización de tratamiento combinado con un beta-bloqueante y un antiepiléptico (topiramato o ácido valproico) añade un plus de eficacia probablemente por su efecto sinérgico al ser medicaciones con mecanismos de acción complementarios.

Finalmente, la infiltración pericraneal con toxina botulínica tipo A ha demostrado también cierta eficacia como tratamiento coadyuvante en pacientes con CAA. Este tratamiento ha de administrarse cada 3 meses y tiene la ventaja de no tener efectos secundarios «centrales», por lo que es una excelente opción para pacientes con pobre tolerabilidad a los otros fármacos.

(N. FONTANILLA, *et al.*, «Cefalea crónica diaria...»
Revista clínica medicina familiar 2009; 2 (8): págs. 405-406)

En este texto encontramos términos técnicos *(amitriptilina, betabloqueantes, topiramato, flunarizina, ácido valproico...)*, siglas *(CAA, CTC, MC)*, que dificultan su comprensión por parte de un público general. Está, evidentemente, dirigido a los expertos en la materia.



§ 2.4 La instrucción

■ Este tipo de secuencia es menos frecuente, o así lo percibimos, entre otras cosas porque no es lo más «cortés» en nuestra sociedad. En una pantalla electrónica de una administración podríamos encontrar:

> Aquellas personas que vayan a solicitar por primera vez la tarjeta sanitaria, diríjanse a la ventanilla número 3. Deben llevar toda la documentación requerida: DNI o tarjeta de residencia, certificado de empadronamiento y una foto.

■ Sin embargo, en el ámbito comercial sí es habitual, ya que es lo predominante en folletos que acompañan a aparatos, en recetas de cocina, o en los escritos que encontramos en los organismos oficiales: recomendaciones de sanidad, medio ambiente, prevención de la drogadicción, actitud ante el maltrato, ante la trata, etc.

Estamos acostumbrados a ver en los tablones de anuncios, o en las pantallas electrónicas ahora, las instrucciones que debemos seguir en nuestros trámites administrativos: tráfico, ayuntamiento, registro civil…

Veamos un caso de información en la web de Tráfico:

> **Información práctica**
>
> ⊙ Pago de multas en Internet
>
> ⊙ Información sobre otros sitios en donde puede pagar multas
>
> ⊙ Pago con reducción del 30 o del 50 %
>
> **Pago de multas en Internet**
>
> Puede pagar por Internet las multas que se encuentren en período voluntario con las tarjetas de crédito o débito más comúnmente utilizadas (*). Para ello se requiere tener activada en el navegador la opción que le permita aceptar «cookies». Todos los trámites se deben realizar a través de la Sede Electrónica. Los enlaces que se muestran a continuación le dirigen a la Sede Electrónica.
>
> Existen dos opciones:
>
> **a)** Sin necesidad de disponer de certificado digital ni DNI electrónico.
>
> ⊙ Pago de multas (sin certificado digital ni DNI electrónico)
>
> **b)** Utilizando un certificado digital legalmente reconocido por la Administración o mediante su DNI electrónico (podrá obtener una relación de todas sus multas pendientes de pago).
>
> ⊙ Pago de multas (con certificado digital o con DNI electrónico)
>
> En cualquier caso, si con posterioridad necesita un duplicado del recibo, puede obtenerlo a través del siguiente enlace:
>
> ⊙ Solicitud duplicado de recibo de pago
>
> (*) VISA, Master Card y Maestro
>
> (www.dgt.es/portal/es/oficina_virtual/multas/pago_multa/?tit=Pago%20de%20multas%20en%20Internet)

■ Incluso la publicidad suele incluir algunas de estas instrucciones. Así pues, aparentemente tienen poca representatividad, pero en realidad saturan nuestros escritos:

> **NO LEAS ESTE ANUNCIO**
> **SI TE GUSTA TIRAR EL DINERO CON TU ACTUAL OPERADOR MÓVIL**
>
> Lo hemos conseguido. Tenemos la tarifa más económica del mercado. ¿Te vas a quedar sin poder hablar cuando quieras y con quien quieras por tan sólo 6 cts/min?
>
> Infórmate gratis en el 900 900 700 o en
> www.msmovil.es/20minutos
>
> MÁS Movil.es

■ ¿Qué caracteriza a un texto instructivo?

- Un hablante establece unas indicaciones para la realización de un acto.
- Se supone que este hablante tiene autoridad o conocimientos suficientes para realizarlo.
- Las instrucciones deben ser claras y concisas.
- Se utiliza frecuentemente la enumeración.
- Lingüísticamente, predominan las formas apelativas: imperativos, formas de obligación más o menos atenuadas…
- Los verbos son de acción, pero generalmente aparecen en infinitivo o imperativo, a veces en presente. La acción no se enmarca temporalmente, sino que se presenta como atemporal, válida para cualquier situación o momento histórico.



• A veces aparece claramente la apelación al tú, al receptor.

■ En este tipo de textos es importante el grado de cortesía. Así, algunos usarán el *usted* de respeto y distancia:

La postura del sastre

Técnica

■ Tome asiento en el suelo, con las piernas juntas y estiradas.

■ Doble la pierna izquierda y sitúe el pie izquierdo debajo de la pierna derecha.

■ Flexione la pierna derecha y coloque el pie bajo la pierna izquierda, dejando las piernas cruzadas.

■ Coloque las manos en las rodillas respectivas y mantenga el tronco y la cabeza erguidos.

(R. A. CALLE, obra citada, págs. 74-75)

• Otros utilizarán el *tú* de solidaridad para crear empatía con el receptor, y llegar al máximo número de clientes, como en este anuncio donde se publicita un nuevo tipo de tarjeta bancaria:

PARA QUE TU TARJETA SEA AÚN MÁS SEGURA
CAMBIA EL CHIP

• Y en otros casos, en lugar de imperativos utilizaremos expresiones de obligatoriedad o formas más corteses como la posibilidad: *puedes llamar, puedes descargarte:*

[...] También incluimos la **Memoria resumida de actividades 2009.** Si quieres conocer al detalle todas nuestras actividades en 2009, puedes descargarte la Memoria completa en www.anesvad.org o solicitarla en el número de teléfono **902118800.**

(Carta de Anesvad)

Como se observa también en el texto anterior, a veces recurre a la negrita y otros recursos tipográficos para resaltar la información.

■ A menudo se combina con secuencias narrativas y, sobre todo, descriptivas. Así, el siguiente anuncio de Endesa utiliza la descripción del producto y los descuentos para captar nuestro interés y convencernos. La descripción está usada argumentativamente para la instrucción.

Nuevas Ofertas de Luz



En Endesa queremos que disfrutes siempre de las **mejores condiciones,** asesorándote en cada momento y ofreciéndote las **mejores ventajas.**

Porque sabemos que tu hogar es mucho más que el lugar donde vives, te ofrecemos las ofertas que mejor se adaptan a ti, para que empieces a ahorrar desde el primer día.

Rellena los siguientes campos y contrata la tarifa que mejor se adapta a tus necesidades.

¿Tienes ya contratada la luz con una compañía?*

Sí ○ No ○

Provincia*

Potencia

Enviar

(www.endesaonline.com/ES/Hogares/teofrece/ofertas_luz/index. asp)

• El texto tiene una dimensión argumentativa clara. Intenta vender el contrato con Endesa y ofrece descuentos según las diferentes situaciones de los consumidores. Utiliza el marcador *hasta* para establecer el nivel más alto, que es el que puede convencer más al ciudadano. Muestra en negrita argumentos como *mejores condiciones* y *mejores ventajas.* Asimismo, establece una motivación para ello: *porque sabemos que tu hogar es mucho más que el lugar donde vives.*

• Los argumentos son:

- descuentos,
- mejores condiciones,
- más ventajas,
- ahorrar desde el primer día,
- tu hogar es más que el lugar donde vives.

• La instrucción es *contrata la tarifa que mejor se adapta a tus necesidades.* La encontramos también en *rellena, enviar,* o en la pregunta: *¿Tienes ya contratada...?*



■ Aparte de la publicidad, son los textos administrativos los que más frecuentemente utilizan la instrucción. En ellos la claridad es fundamental. Por ello recurren a la enumeración, la tipografía (negritas, mayúsculas…) y la disposición visual en la página:

Domiciliación de recibos

El sistema de pago de tributos mediante domiciliación en cuenta abierta en entidades financieras es un derecho del contribuyente, que garantiza el pago de sus impuestos en periodo voluntario, evita desplazamientos a Oficinas del OPAEF o entidades financieras para realizar el pago, y le ahorra tiempo y molestias.

Le adjuntamos orden de domiciliación bancaria con los tributos incluidos en este envío que figuran a su nombre. Si desea domiciliarlos deberá cumplimentar los datos bancarios: número de cuenta (20 dígitos), DNI, nombre, apellidos y firma del titular y remitirla a cualquier oficina del OPAEF.

Señale los que desee domiciliar; si no marca ninguno se entenderá que quiere domiciliar todos los consignados.

En el momento de efectuar el pago de su recibo a través de su entidad financiera, puede solicitar de esta que proceda a tramitar su domiciliación ante el OPAEF para vencimientos posteriores, proceso que se realizará de forma automática.

También puede domiciliar sus tributos directamente en cualquier oficina del OPAEF o a través de www.opaef.es.

Las cuotas domiciliadas se cargarán en cuenta al inicio del segundo mes del periodo de pago.

La orden de domiciliación deberá constar expresamente en el OPAEF al menos DOS MESES ANTES DE INICIARSE EL PERIODO DE COBRO. En otro caso, surtirá efecto a partir del periodo siguiente (art. 25.2 del R. D. 939/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Reglamento General de Recaudación).

(Diputación de Sevilla. OPAEF)

■ También aparece en textos institucionales que buscan promover ciertos comportamientos cívicos, con claridad, para llegar al máximo número de personas:

Higiene personal

Lavabo

❶ Mientras te lavas, ¡no dejes correr el agua!, mejor coloca un tapón en el lavabo y llénalo. Si quieres agua tibia, tampoco dejes

correr el agua mientras se va calentando; debes colocar el tapón y comenzar a llenar el lavabo con el agua que al principio sale fría; cuando ya salga caliente, ambas temperaturas se mezclarán y el agua se templará, sin desperdicio.

❷ Usa un cepillo, estropajo o tu mano, para remover partículas de mugre al lavar, en lugar de un chorro de agua. No esperes que solo la fuerza del agua haga el trabajo.

❸ Cierra la llave del agua mientras te cepillas los dientes; de esta manera, una familia de 5 personas puede ahorrar hasta 40 l de agua al día.

❹ Enjuaga y limpia tu navaja de afeitar en un recipiente. No lo hagas con agua corriente […].

(SEMARNAT, *Recomendaciones para ahorrar agua*, www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Noticias/Recomendaciones_para_ahorrar_agua. pdf)

■ Las formas lingüísticas más rentables en los textos instructivos son los imperativos, las fórmulas de obligación o la simple enumeración de sustantivos o acciones en infinitivos. Así, por ejemplo, en el texto anterior aparecen imperativos *(usa, cierra, enjuaga, limpia)* y la expresión negativa del mandato en subjuntivo *(no dejes, no esperes, no lo hagas).*

■ La instrucción es dominante en textos como recetarios de cocina, libros de los denominados de «autoayuda», horóscopos o consejos en general. Suelen estar dirigidos a todo el público, por lo que su lenguaje es muy directo y sencillo.

■ También la encontramos en la información que antecede a los prospectos de medicamentos:

Lea todo el prospecto detenidamente antes de empezar a tomar el medicamento.

– Conserve este prospecto: puede tener que volver a leerlo.

– Si tiene alguna duda, consulte a su médico o farmacéutico.

– Este medicamento se le ha recetado a Ud. personalmente y no debe darlo a otras personas. Puede perjudicarles, aun cuando sus síntomas sean los mismos que los suyos.

■ Por último, podemos encontrar algún fragmento instructivo en cualquier texto argumentativo como apelación al receptor para que compruebe la validez de una tesis o reaccione ante una situación. Veamos un ejemplo:



El último pilar es la comunicación

> […] Para que el salto sea posible, es necesaria una comunicación honesta y permanente.
>
> Ningún tema ha sido más tratado por los libros de psicología como el de la comunicación. Leánlos en pareja, discútanlo con sus hijos, chárlenlos entre todos con el televisor apagado… Esta es una manera de fortalecer la comunicación, pero no es la más importante. La fundamental es aquella que empieza con las preguntas dichas desde el corazón: ¿Cómo estás? ¿Cómo pasaste el día? ¿Querés que charlemos?…
>
> Y sobre este pilar, exclusivamente sobre este pilar, se apoya la posibilidad de reparar los demás pilares […].
>
> (J. Bucay, *El camino del encuentro*, Random House Mondadori, 2002, pág. 122)

J. Bucay ilustra su exposición sobre la importancia de la comunicación en la pareja con instrucciones expresas: *léanlos en pareja, discútanlo con sus hijos, chárlenlos entre todos con el televisor apagado*.



2.5 Lo transversal: la argumentación

■ Cualquiera de las secuencias anteriormente vistas puede tener una dimensión argumentativa.

- ¿En qué consiste?: en persuadir al receptor de algo, convencerlo.
- ¿Dónde aparece?: en cualquier tipo de texto que tenga este objetivo. Puede ser una novela, un escrito administrativo o una conversación coloquial.
- ¿Cuáles son sus elementos básicos?: *argumentos → conclusión.*

■ Lo imprescindible es que existan hechos o datos (argumentos) que lleven al receptor a otra información que se presenta como consecuencia o conclusión de ellos. Por tanto, existe una *relación* entre los hechos o datos que tiene que ser conocida o admitida por el receptor y/o por los miembros de la comunidad. En caso contrario, el oyente no llega a interpretar la intención del emisor.

■ Pongamos un caso concreto:

> Vivo muy lejos del centro y estoy enfermo, convaleciente de una operación. Por tanto, no puedo acudir mañana a su oficina a resolver ese asunto.

> Tengo zapatos azules. Por tanto, no puedo acudir mañana a esa oficina a resolver ese asunto.

¿Por qué entendemos el primer texto y no el segundo? Porque existe una conciencia colectiva según la cual se admite que estar enfermo y convaleciente impide moverse. Pero no tener zapatos azules. A esa información que todos compartimos y que permite la concatenación de hechos se le llama *topos*.

■ Fijémonos en lo que hace la publicidad. Numerosas veces nos quieren convencer de que tenemos una necesidad para poder vender su producto. Para ello apelan a nuestras debilidades o nuestros deseos y nos imponen unas reglas como secuencias obligatorias que antes no teníamos.

Veamos tres posibles anuncios para un coche:

> Este coche es distinto de todo lo que has visto, por tanto cómpralo.

Topos: es novedoso.

> Compra este coche con todas estas prestaciones por solo 9 900 euros.

Topos: es barato.

> No puedo comprar este coche porque solo vale 40 000 euros y no puedo gastar tan poco.

Topos: es exclusivo, solo al alcance de algunos. El argumento es justo el opuesto al anterior, pero bien enfocado para el público al que se dirige (personas de alto estatus).

■ En una conocida marca de cosméticos, que anuncian actrices famosas y cotizadas, se recurre a un argumento-eslogan:

> Porque yo lo valgo. Porque tú lo vales.

Se equipara a la actriz con la mujer corriente, de la calle, concediéndole el mismo valor que a la primera y, por tanto, el derecho a estar guapa.

Con *Porque yo lo valgo*, se iguala el gasto económico, que es muy alto, con la valía de la persona. Es como decir: «Yo me merezco este producto, me merezco gastarme ese dinero». Pero, claro, en una actriz de prestigio es normal. Esto puede hacer que solo se identifiquen con ella las mujeres que tengan alta autoestima.

Para extenderlo a otro público, a la mujer media, se desplaza el argumento hacia el tú: *Porque tú lo vales*. Entonces tiene el valor persuasivo de «Tú vales mucho, así que cómprate el producto».



■ Por tanto, los elementos son:

Argumentos → Conclusión

↑ *Topos*

■ Si el *topos* es conocido por todos, pueden aparecer argumentos y conclusión, o solo uno de ellos.

• En una entrevista con una persona que nos reclama un pago le decimos: «No tengo dinero», en lugar de indicar la conclusión («No puedo pagarte»).

• La conclusión está también implícita en el siguiente texto. Se trata del anuncio de una empresa sevillana que ofrece sus servicios profesionales.

1. SACAMOS A LA CALLE SU CONTENEDOR INDIVIDUAL DE BASURA CADA NOCHE EN EL HORARIO REGLAMENTARIO, DE 8 DE LA TARDE A 11 DE LA NOCHE.

2. RETIRAMOS SU CONTENEDOR DE LA CALLE ANTES DE LAS 10 DE LA MAÑANA.

Más información en: www.sevillaalcubo.com. O contacte con nosotros. Tlf: 617484873. Email: info@sevillaalcubo.com

La oferta está adecuada al contexto y a la situación concreta en que se produce: en el casco histórico de Sevilla, la normativa municipal obliga a usar contenedores individuales para la basura. Los ciudadanos afectados deben sacar su contenedor cada noche a la calle y volverlos a recoger por la mañana. Los receptores del mensaje entienden claramente la conclusión: «Contrátenos, porque solucionamos su problema, cubrimos su necesidad».

■ Si no conocemos la relación argumento-conclusión hay que explicitarla. Así en el conocido eslogan de Vodafone:

La vida es móvil. Móvil es Vodafone.

La primera parte es la base argumentativa o explicitación del *topos*. El anuncio pretende decirnos: «Vente a Vodafone porque es móvil, adaptable». *Topos:* «La vida es móvil, cuanto más móvil seas más fácil será tu vida».

■ En otros casos se juega con la ambigüedad y la sorpresa que supone la no existencia de un *topos*, que el lector intenta recomponer, tras la inicial extrañeza. En el anuncio de la DGT *Hay muchas razones para ponerte el casco. Elige la tuya y hazlo*, encontramos:

Por las acampadas.

Por las partidas de mus.

El lector repone una secuencia argumentativa: «Si te pones el casco, vives, y si vives, puedes realizar tus actividades favoritas: ir de acampada o a las partidas de mus».

■ Para construir correctamente un texto argumentativo es aconsejable tener en cuenta algunas recomendaciones:

• En los textos argumentativos escritos debe estar claro el *topos* (la **relación argumento-conclusión**), deben ordenarse correctamente los elementos y emplear conectores que orienten de forma no ambigua la relación. Es necesario, pues, ser muy claros. Las relaciones más evidentes y fáciles son:

• ***Causa-efecto:*** podemos marcarla de diversos modos:

– Usando el orden de palabras y no poniendo conector, o bien solo la conjunción *y*. En estos casos debe ser conocida la relación entre los hechos:

Consiguió un buen puesto de trabajo y se compró un piso.

Un buen puesto de trabajo supone ganar más dinero, y ganar más dinero se asocia en nuestra mente a un efecto, comprarse un piso. El orden lógico es causa-efecto.

– Usando un conector causal:

Como consiguió un buen puesto de trabajo, se compró un piso

Se compró un piso porque consiguió un buen puesto de trabajo.

Empleamos *como* antepuesto si la relación es conocida, y *porque* pospuesto si es nueva.

– Usando un conector consecutivo, marcando la consecuencia:

Consiguió un buen puesto de trabajo, así que se compró un piso.

• ***Oposición:*** explicar los argumentos utilizando parejas de hechos opuestos, posturas contrarias:

Contagiar risas. Nada como el humor compartido para mejorar la convivencia. Por el contrario, una atmósfera triste, agota.

(Mujerhoy.com, 22-1-2011, pág. 42)

• ***Ejemplificación.*** La forma más asequible de la argumentación consiste en recurrir a casos concretos que ilustran la tesis que queremos demostrar. Es un razonamiento a partir de lo particular. Es más propio de la divulgación, de la conversación coloquial, o incluso de la publicidad, que usa a portavoces, a personas anónimas o famosas como ejemplo de lo que están transmitiendo o intentando vender. De este modo, el receptor se identifica con el caso presentado, una circunstancia concreta que responde a la vida cotidiana. Veámoslo en un anuncio destinado a prevenir los incendios forestales:

PADRE: Pablo, corre que nos vamos.

NIÑO: Papá, que nos dejamos esto (señala un botellín de cerveza).

Padre: Total, por un botellín.

NARRADOR (en *off*): Total: 22 000 incendios destruyen cada año 50 000 hectáreas de superficie arbolada en España, acabando con cientos de especies, y agravando la sequía y la desertización.

En todos está invertir este proceso

EL TOTAL ES LO QUE CUENTA

Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Gobierno de España

(www.mma.es/secciones/total/biodiversidad.htm)

El anuncio nos presenta una situación comunicativa verosímil, un momento cotidiano en el que podemos incurrir en una de las conductas irresponsables que el anuncio pretende reconducir (dejar tiradas botellas de cristal en el bosque). Esta cotidianeidad provoca la identificación necesaria para que resultemos «convencidos» o «afectados» por la información.

• En textos en los que pretendemos ser muy explícitos debemos marcar claramente la **conclusión**. Para ello podemos usar conectores con *en conclusión, en resumen, en suma,* etc. Esto es tanto más necesario en los textos expositivos, como se observa en este fragmento:

Todos somos semejantes

Siempre he creído que todos somos iguales, seres humanos en proceso de volvernos personas, al decir de Carl Rogers. Pero es cierto que cuando ponemos el acento en nuestras diferencias,

aparecen algunos obstáculos y la comunicación corre riesgo de terminar en desencuentros.

Claro que hay grandes diferencias entre nosotros: el bagaje cultural, el estilo de vida, las discrepancias en nuestra fe y hasta el color de nuestra piel.

Y sin embargo… tenemos básicamente la misma estructura física, la misma naturaleza emocional y, en gran medida —si despreciamos algunos matices—, más o menos la misma historia biográfica.

En suma, nos pasan, nos han pasado y nos seguirán pasando a todos las mismas cosas, que por otra parte —sostengo— son las mismas que les han pasado a nuestros abuelos y los abuelos de nuestros abuelos por los tiempos de los tiempos.

(J. Bucay, *El camino de la felicidad*, pág. 40)

O podemos dejarla implícita, como hemos visto antes (en el texto de Sevillaalcubo), si queremos que el lector la deduzca sin comprometernos excesivamente.

• Podemos seguir un **orden** inductivo (estructura argumento → conclusión):

[…] Parte de una premisa que parece de Perogrullo: no se puede crecer ilimitadamente por mucho que pretendan los señores de la economía liberal. Nada crece siempre, ni siquiera el universo. Por eso el sentido común está impulsando esta corriente sobre el «decrecimiento», que no pretende más que recuperar los equilibrios y la sostenibilidad del planeta, el uso responsable y controlado de los recursos, la contención en el consumo […].

(«Decrecimiento», en *El Mundo*, 4-8-2010, H2)

O deductivo (estructura conclusión → argumento):

Tú no puedes. No estás a dieta.

(Biomanán Pro)

• Las **explicaciones** suelen ser un instrumento rentable para reforzar la información. Los conectores para marcarlo son *es decir, o sea, bueno, vamos…:*

[…] Lo que sucede es que dichos recursos —que son nuestros— deben desarrollarse temprano, es decir, no en ese momento, cuando ya estamos inmersos en la situación; pues allí puede ser tarde para encontrar la mejor respuesta.

En otras palabras: un árbol con raíces fuertes puede resistir una tormenta muy violenta, pero ningún árbol puede empezar a desarrollar esas raíces cuando la tormenta aparece en el horizonte [...].

(J. Bucay, *El camino de la felicidad*, pág. 141)

Todo esto crea una doble presencia de la persona que escribe. Es decir, el autor, por una parte, transmite informaciones, y, al mismo tiempo, explica o rectifica. Esta acción de desdoblarse en dos figuras narrativas exige mucho control sobre la comunicación.

• Hay una serie de **elementos** que ayudan en la argumentación:

• Utilizar modificadores de modalidad:

– Para dar fuerza a la tesis o a los argumentos: *obviamente, naturalmente...*

– Para reforzar la conclusión: *evidentemente, por supuesto...*

– Para sugerir, y no asumir la responsabilidad: *supuestamente, al parecer, aparentemente, dicen que... según fuentes...*

– Para establecer grados: *como mucho, solo, al menos...*

Veámoslo con un ejemplo. No tiene la misma fuerza el siguiente argumento:

Su nivel profesional es, por supuesto, muy elevado.

Que:

Su nivel profesional es, al parecer, muy elevado.

O estos otros:

Cuesta diez mil euros.

Cuesta solo diez mil euros.

Cuesta, como mínimo, diez mil euros.

• Establecer un marco argumentativo dentro del cual entender las afirmaciones o la tesis.

Teniendo en cuenta...

Hablando en términos policiales...

Si nos restringimos al aspecto puramente económico...

Si nos ponemos en el lugar de esta mujer...

Si tenemos en cuenta el creciente ambiente de inseguridad...

En el mundo islámico...

En el ambiente de la noche...

A partir de los 55 años, el porcentaje de bienestar disminuye 15 puntos, situándose en el 55 %.

(«Más deporte y menos estrés», Mujerhoy.com, 22-1-2011, pág. 41)

• Recurrir a otras voces, distintas a las del emisor, para sostener los argumentos. Esto puede ser usado como el argumento de autoridad, para reforzar lo que pensamos. Así, en la campaña de la DGT para animar a los jóvenes a ponerse el casco, se puede recurrir a una persona de prestigio:

Porque Pedrosa siempre lo lleva.

Al conjunto de la comunidad, el conocimiento compartido:

Claro que los bomberos van a ir a la huelga. ¡Si llevan cuatro meses sin cobrar!

O bien como modo de atribuir la responsabilidad a otro agente, sobre todo ante informaciones comprometidas:

Según fuentes bien informadas, el entrenador ha puesto su cargo a disposición de la Junta directiva.

Es muy rentable también retomar los argumentos del contrincante para justificar los propios.

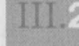
Dice usted en su escrito que no ha podido justificar la ayuda en el plazo convenido porque no estaba disponible la aplicación en Internet. Precisamente, revisamos cada día dicha aplicación para que no suceda esto, y en los controles de ese mes el resultado era óptimo.

Otro procedimiento rentable es formular una pregunta cuya respuesta conduzca a la tesis que pretendemos desarrollar. Actúa como *leit motiv*. Es muy apelativo, atrae la atención del receptor.

¿Cansada de estar cansada? Floradix.

(Mujerhoy.com, 22-1-2011, pág. 41)

• Adaptar el texto al tipo de lector, protegiendo siempre su «imagen social». Debemos usar la cortesía y no invadir su territorio: ser amable, no imponer, ofrecer opciones, adoptando siempre una postura respetuosa con el otro. Este comportamiento proyecta una imagen positiva del que escribe y esto



contribuye a que su argumentación sea aceptada. Veamos el siguiente texto:

ANESVAD. Seguimos creyendo que es posible

Estimado/a amigo/a:

En primer lugar queremos darte las gracias por confiar en nuestro trabajo por lograr que el acceso a la Salud sea un Derecho para todas las personas.

Junto con esta carta, te enviamos una invitación e información sobre el **Día Internacional contra la Explotación Sexual y el Tráfico de Mujeres, Niños y Niñas.** La Fundación Anesvad conmemora el **23 de Septiembre** dicha fecha y para ello hemos organizado la conferencia-exposición **«Di no a la trata»** con *Sompop Jantraka y Terri Ly,* dos importantes activistas del sudeste asiático contra la Trata de Seres Humanos, cuya labor cuenta con amplio prestigio y reconocimiento internacional.

También incluimos la **Memoria resumida de actividades 2009.** Si quieres conocer al detalle todas nuestras actividades en 2009, puedes descargarte la Memoria completa en www.anesvad.org o solicitarla en el número de teléfono **902118800.**

Recibe un cordial saludo,

[Firma]

Es un texto claramente argumentativo. Se utiliza para reforzar la relación con la persona que realiza donativos en esta ONG. Para ello, agradece su ayuda y le invita a una serie de actividades. Adjunta información sobre el trabajo realizado. Pero, ¿cómo lo hace?

– Expone una serie de informaciones (es fundamentalmente expositivo): agradecimiento, la celebración del Día Internacional, los actos para tal acontecimiento, y el resumen de actividades realizadas durante el año 2009.

– Añade una parte instructiva al final, indicando dónde puede consultarse la memoria.

– Cuida la imagen social del receptor, la alaba:

- le da las gracias, por confiar en su trabajo,
- le indica que está haciendo algo muy importante: *lograr que el acceso a la Salud sea un Derecho para todos.* Refuerza la importancia de esta contribución aplicando mayúsculas (antinormativamente) a los términos *Salud* y *Derecho*, para enfatizarlos y darles un valor superior.

Al mismo tiempo, la organización Anesvad se presenta a sí misma como un colectivo de personas muy activas, por la extensión de su tarea y su importancia:

– Se ocupan de luchar contra un problema universal, que toca mucho a la opinión pública: *la Explotación Sexual y el Tráfico de Mujeres, Niños y Niñas.* Aparecen todos los sustantivos en mayúscula y negrita. Incluyen los dos sexos en los niños, no en los adultos.

– Organizan muchos eventos.

– Atraen a importantes activistas, de gran prestigio y reconocimiento internacional, argumentos estos que le dan más fuerza a los conferenciantes. Funcionan como autoridad.

– Son transparentes: nos envían la memoria de actividades, pero también la tenemos accesible en la web, nosotros y cualquier usuario, lo que implica claridad y transparencia, en contra de las acusaciones de fraude que anteriormente habían sufrido. Esto pertenece al conocimiento histórico-social compartido.

– También se nos presentan como personas que están en la actualidad, y que se han incorporado a las nuevas tecnologías.

– Tratan al lector como *amigo,* no como colaborador o benefactor… Sirve para crear una cercanía, junto con el trato de tú, aunque choquen contra esto otras expresiones más formales como *estimado*, o *recibe un cordial saludo*. Estas fórmulas de comienzo y despedida implican distancia, no conocimiento, mientras que *amigo* indica todo lo contrario. Sería, pues, un error claro en su argumentación, aunque sea un recurso frecuente hoy en la comunicación comercial.

Observemos también cómo se ha organizado el texto:

– Párrafos claramente separados por un espacio en blanco, lo que facilita su lectura. No son párrafos muy largos. No tienen todos la misma extensión. Están separados claramente por los temas que se abordan en cada uno:

- P1: agradecimiento
- P2: actividades
- P3: memoria de 2009.

El primero (P1) comienza con *En primer lugar*, que en este caso no actúa como enumerativo, sino como elemento de inicio y, al mismo tiempo, un conector con marcado contenido argumentativo, ya que jerarquiza la información en orden de importancia para el hablante: comienza con lo que considera más destacable. Esto refuerza el carácter persuasivo del texto. Les interesa asegurar la empatía con el receptor, y reforzar los lazos con este.

– ¿Y la estructura de las frases? De nuevo muy claras. Encontramos oraciones simples, coordinadas con *y*, o bien apoyamos con oraciones de relativo (segundo párrafo) o condicionales (tercer párrafo).

Como vemos, la organización del texto está pensada hasta en los mínimos detalles, bien estructurada para conseguir informar, pero, sobre todo, persuadir. Y ofrece una buena imagen de su autor.

■ ¿Qué debemos evitar en una argumentación? Fundamentalmente debemos huir de tres rasgos que actualmente llenan las argumentaciones y que son negativos para nuestra imagen:

- La subjetividad.
- Los ataques personales al otro.
- Las afirmaciones categóricas, sin demostrar, o basadas en rumores.

Estas características constituyen las **falsas argumentaciones (falacias** de la retórica clásica). Se trata de convencer al lector, pero a través de recursos poco justificados desde el punto de vista lógico o ético. Los más frecuentes son:

- Desacreditar al interlocutor:

  En una empresa hay que ajustarse a las necesidades. Si hay que trabajar algo más durante un tiempo, se hace. Es la forma de que todo marche. Además, no sé para qué me molesto en hablar contigo. Tú no sabes qué es trabajar. Siempre has vivido del cuento.

- Citar una fuente como autoridad, que no está reconocida:

  Como dice Vodafone, la vida es móvil.

- Convencer al lector por medio de una amenaza:

  Yo, que tú, me pensaría lo de presentar un recurso. Ten en cuenta que puedes enfadar a gente importante y eso te puede afectar en el futuro.



- Recurrir a la compasión para que el lector acepte el argumento:

  Apruébalo, hombre, que está muy enfermo.

- Apoyarse en la ventaja de un grupo sobre otro:

  Prueba el champú X. Miles de clientes satisfechos no pueden estar equivocados.

- Juzgar una tesis por las consecuencias que pueda provocar:

  Lo de la ley antitabaco es una barbaridad. Va a dejar a muchos hosteleros sin trabajo.

- Defender una tesis basándose en la ausencia de argumentos en contra:

  Lo de la ley antitabaco es una barbaridad. De hecho, aún no he oído a nadie que la defienda.

- Presentar como demostrado lo que se debe demostrar:

  Televisión… La cadena más vista en 2010.

  Floradix es el complemento alimenticio rico en hierro y vitaminas más natural y de mejor tolerancia y sabor.

  (mujerhoy.com, 22-1-2011, pág. 41)

- Utilizar la secuencia temporal como secuencia lógica: si una cosa sigue a otra, es su consecuencia:

  Usted, Sr. X, es el causante de que España vaya mal. Hasta que ustedes no subieron al gobierno España crecía y teníamos un Estado de bienestar, que ustedes han destruido.

- Emplear una tesis y argumentos válidos, pero sin una regla general que justifique la relación.

  Luis se va de vacaciones pero no va a descansar. Es demasiado orgulloso.

El interlocutor preguntaría qué conexión hay. Falta información: Luis es demasiado orgulloso para reconocer que está enfermo y necesita reposo.

■ En resumen, para construir una argumentación verdadera y ética:

- No uses la subjetividad, tu opinión, como argumento.
- No recurras a la emoción (por ejemplo, pedir una ayuda al Ayuntamiento diciendo que te encuentras muy depresivo).

• No debes descalificar al adversario como argumento para legitimar tus ideas o conclusiones.

• No emplees una conexión argumento-conclusión que no entiende o no comparte la comunidad.

• No presentes como algo evidente, conocido por todos, lo que debe demostrarse.

• No seas ambiguo, y evita las frases ampulosas que no llevan ningún significado. Es esta una forma de confundir e intentar convencer al otro con un lenguaje envolvente y vacío.

■ Todas estas «falsas argumentaciones» que la retórica clásica no consideraba aceptable se utilizan de forma consciente cuando se quiere vencer en el enfrentamiento sin importar el cómo. Con ello pasamos de la argumentación a la manipulación.

■ ¿Dónde se encuentra la argumentación? Como hemos dicho, en cualquier tipo de discurso. Es una dimensión que puede afectar a cualquiera de ellos.

Algunos formatos discursivos lo son de forma inmanente. Así, los textos de opinión (ensayos, cartas al director, columnas periodísticas), la publicidad, los discursos, o las reclamaciones y denuncias administrativas. No suelen serlo las noticias de periódicos, ni los cuentos (pero puede ocurrir).

■ Veamos el siguiente texto. Es una carta al director, donde un lector asiduo del periódico expone sus ideas sobre un tema de actualidad, o sobre alguna noticia publicada días antes. El formato exige brevedad, lo que nos permite ver claramente sus componentes:

40 millones de adolescentes ciudadanos

ANA M.ª SEGOVIA FERNÁNDEZ - CIUDAD REAL - 10/01/2011

Decía hace poco un paisano tras la muerte de un niño arrastrado por la riada de un arroyo, que «es que los caminos no tienen puentes», es decir, que «alguien» debería hacer un puente en cada uno de los arroyos de este país para evitarnos riesgos. También los vecinos a los que se les han inundado sus casas por las crecidas de ríos dicen que «alguien» debió decirles que allí no se podía construir. Los afectados por la estafa de Afinsa pedían que el Estado les devolviera el dinero que ellos en su afán de cobrar más habían invertido en juegos poco seguros. Los ciudadanos que ven cómo embargan sus casas después de haberse hipotecado irresponsablemente, se quejan de la especulación y de que los intereses tan bajos les han llevado a esta situación. Los empresarios españoles que han amasado fortunas con la corrupción, especulación y arruinando empresas dicen que han perdido sus negocios por culpa del Gobierno. Cuando las jóvenes se quedan embarazadas sin desearlo se habla de que las instituciones no les informan. Los honrados padres de este país dejaron que sus hijos abandonaran la formación para trabajar en puestos temporales y no cualificados y ahora están en paro.

Es decir, los españoles no sabemos si debemos o no cruzar un arroyo con una fuerte corriente, o si es seguro hacer una casa en la ribera de un río, o si es conveniente invertir nuestro dinero en negocios oscuros, o si debemos hipotecarnos hasta los ojos, o si tenemos que ser empresarios honrados, o si debemos o no usar preservativo y, por supuesto, nosotros, los padres de familia de España, no podemos saber si es bueno que nuestros hijos estudien y se formen para que tengan un futuro mejor.

Evidentemente, somos ciudadanos adolescentes sin ninguna responsabilidad de nuestros actos.

(www.elpais.com/articulo/opinion/millones/adolescentes/ciudadanos/elpepiopi/20110110elpepiopi_6/Tes?print=1)

El texto es argumentativo. Intenta llevarnos a la conclusión siguiente: somos ciudadanos adolescentes e irresponsables.

Este mensaje aparece en el título y en el último párrafo del texto. El título tiene aquí la finalidad de indicar el tema del texto de forma clara, al mismo tiempo que con una intención apelativa: llamar la atención del lector. De ahí cierta ambigüedad, porque no sabemos si se refiere a los españoles o a otro colectivo.

La estructura es muy clara: está formado por tres párrafos de diferente extensión. El primero parte de situaciones concretas que se cuentan como ejemplos a partir de los cuales se establece una deducción general, contenida en el segundo párrafo. El último, formado por un solo enunciado, establece la conclusión clara. El proceso es inductivo: casos particulares → consecuencia general → conclusión. Hemos pasado de hechos concretos a una generalización en el segundo párrafo, «los españoles», y eso lo hacemos a través de un conector explicativo-conclusivo como *es decir*.

La conclusión, por su parte, está reforzada por un adverbio, *evidentemente*, que da fuerza a lo dicho: es una conclusión que se deduce de forma clara, «evidente», que todos podemos reconocer, a partir de esos hechos. Y esta evidencia, aparte de reforzar la conclusión, evita una posible acusación o recriminación al que

escribe. Ana M.ª Segovia ha realizado la deducción que cualquiera haría, por tanto nadie debe molestarse ni ver atacada su imagen. Se basa en el *topos* formulado en forma de silogismo:

Los españoles necesitan que les digan qué hacer.

↓

Los adolescentes necesitan que les digan qué hacer.

↓

Los españoles son adolescentes.

Se trata de una estrategia falaz, ya que generaliza a partir de casos concretos, pero la enumeración extensa de casos le da fuerza por acumulación. En el primer párrafo recoge los siguientes casos:

– Víctimas de un atropello mortal.
– Víctimas de inundaciones.
– Víctimas de estafas.
– Víctimas de embargo.
– Empresarios víctimas de la especulación.
– Jóvenes embarazadas.
– Padres con hijos jóvenes en paro.

La argumentación de la escritora se basa en que todos estos hechos sufridos, como víctimas, provenían de una decisión personal, de un hecho del que eran responsables, que es precisamente lo que señala en el segundo párrafo:

– Cruzar un arroyo con una fuerte corriente.
– Construir en la ribera de un río.
– Invertir en negocios oscuros.
– Hipotecarse hasta los ojos.
– Usar preservativo.
– Recomendar a nuestros hijos que estudien para tener un futuro mejor.

Opone dos argumentaciones:

• La de las víctimas *(nadie nos advirtió del peligro → no somos responsables)*. El *topos* que funciona para ellos sería: el gobierno, u otra autoridad, debe decirnos qué debemos hacer.

• La de la escritora *(hemos tomado decisiones peligrosas → somos responsables)*, basada en un *topos* implícito que la justifica:

– No hay que cruzar un arroyo.
– No hay que construir en la ribera de un río.
– No hay que invertir en negocios oscuros.
– No hay que hipotecarse en exceso.
– Hay que prevenir embarazos.
– Hay que formarse para el futuro.

Lo que se plantea es que si estos *topoi*, o reglas generales, que pertenecen al sentido común, no han operado en estas personas es porque les falta ese sentido común. Por tanto, no son adultas, sino irresponsables o adolescentes.



2.6 Resumen. Características de cada secuencia textual

■ NARRACIÓN

• Objetivo: relata hechos, reales, imaginarios o ficticios.

• Elementos: espacio, tiempo, personajes.

• Dinamismo: lo importante es la acción. La organización del relato: de modo lineal, inverso, o *in media res*.

• Predominan: verbos de acción, marcadores temporales en progresión.

• Tipos: autobiográfica o en tercera persona.

■ DESCRIPCIÓN

• Objetivo: presenta características de objetos, del paisaje, personas y animales (relación todo-parte).

• Características: minuciosidad y detalle.

• Estatismo.

• Predominan: sustantivos y adjetivos, verbos estáticos. No importa la progresión temporal.

• Tipos: puede ser objetiva o subjetiva, literaria o técnica.

■ EXPOSICIÓN

• Objetivo: Explicación de un tema para ser comprendido.

- Características: orden (inductivo o deductivo), precisión y claridad.
- Estatismo.
- Predominan: sustantivos y adjetivos, verbos estáticos. No importa la progresión temporal.
- Tipos: siempre debe ser objetiva.

■ INSTRUCCIÓN

- Objetivo: indicaciones para realizar una acción.
- Características: claridad, brevedad.
- Uso de la cortesía: fórmulas de tratamiento y atenuación.
- Predominan: formas apelativas, verbos en imperativo, perífrasis de obligación o infinitivo. También la enumeración de sustantivos.

■ ARGUMENTACIÓN

- Objetivo: ofrecer razones para defender las ideas propuestas y contrarrestar las ajenas.
- Elementos básicos: argumentos-conclusión y la regla en la que se sostiene: el *topos*, que debe ser conocido por el receptor.
- Puede ir unida a cualquier secuencia.
- Puede llevar elementos de fuerza, que apoyan la argumentación, como los modales.



III.3 Taller de textos

Nos vamos a centrar ahora en el aspecto productivo. Elaboraremos algunas indicaciones sobre los textos más frecuentes que tenemos que componer en la vida diaria.

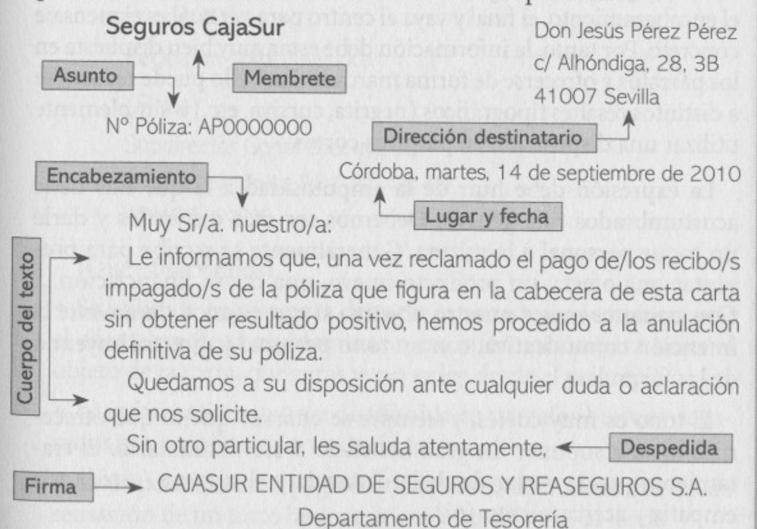
3.1 La carta

■ Podemos encontrarnos con la necesidad de comunicarnos por escrito directamente con alguien para transmitirle una información. Esta comunicación puede adoptar la forma de carta (personal, comercial, administrativa…) o también podemos recurrir al correo electrónico, que es la versión digital de la primera.

■ Veamos sus rasgos fundamentales:

- Juega con la primera persona (escritor presente) y con la segunda persona (lector ausente).
- Según la relación del escritor con el lector, y el grado de confianza que exista entre ambos, se elegirá una forma de tratamiento u otra (tú/usted).
- Suele ser expositiva y generalmente argumentativa.

Sus partes son: membrete, lugar y fecha, encabezamiento, saludo, introducción al cuerpo del texto, cuerpo en forma epistolar, despedida, firma del remitente. A veces lleva una posdata.



Seguros CajaSur

Don Jesús Pérez Pérez
c/ Alhóndiga, 28, 3B
41007 Sevilla

Nº Póliza: AP0000000

Córdoba, martes, 14 de septiembre de 2010

Muy Sr/a. nuestro/a:

Le informamos que, una vez reclamado el pago de/los recibo/s impagado/s de la póliza que figura en la cabecera de esta carta sin obtener resultado positivo, hemos procedido a la anulación definitiva de su póliza.

Quedamos a su disposición ante cualquier duda o aclaración que nos solicite.

Sin otro particular, les saluda atentamente,

CAJASUR ENTIDAD DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.
Departamento de Tesorería

Hay diversos tipos de carta:

- Personal: se caracteriza por su tono directo.
- Comercial: se caracteriza por su brevedad y el trato cortés. Suele tener una estructura fija. Destacan las de negocios y las bancarias. Un tipo concreto es la circular.
- Administrativa: es el vehículo para la comunicación oficial de acuerdos, citaciones, convocatorias, etc., y muy especialmente para informar de trámites diversos relacionados con las administraciones públicas.
- Literaria: refleja los sentimientos y sensaciones estéticas del autor.
- «Social»: se utiliza para invitar a algún acto social (presentación de libros, celebraciones, fiestas…).

A continuación examinaremos los más comunes.

3.1. La carta comercial

En este tipo de escrito, utilizado para comunicaciones con finalidad comercial, es muy importante que el emisor (empresa, institución…) proyecte una imagen positiva de sí mismo, por lo que debe cuidar especialmente la presentación.

La carta comercial está fuertemente estereotipada, lo que hace que cuando alguien recibe una, la lea de forma selectiva, es decir, se salte el encabezamiento, el final y vaya al centro para ver cuál es el mensaje concreto. Por tanto, la información debe estar muy bien dispuesta en los párrafos y ofrecerse de forma marcada. Para ello puede recurrirse a distintos resaltes tipográficos (negrita, cursiva, etc.) o simplemente utilizar una disposición en párrafos cortos.

La expresión debe huir de la ampulosidad a la que nos tiene acostumbrados este género. Debemos ser más originales y darle un toque personal a la misma. Generalmente se escribe para presentar una oferta, un producto nuevo, una nueva financiación… Conseguimos mejor nuestro objetivo si expresamos claramente la intención comunicativa, con un tono personal y directo, huyendo de las fórmulas.

El tono es muy cortés, y siempre se enfatiza que lo que ofrecemos le va a suponer un gran beneficio a ese destinatario. El tratamiento puede variar desde la distancia y el respeto *(usted)* a la empatía y acercamiento *(tú)*.

■ Veamos un ejemplo, una comunicación de una entidad bancaria a sus clientes:

CAJASOL

Sevilla, octubre de 2010

Estimado/a cliente:

Su tarjeta Cajasol le ofrece ahora mayor seguridad, ya que incorpora un microchip con el nuevo estándar europeo EMV, que garantiza su autenticidad, y que será de gran ayuda para evitar su duplicación y uso fraudulento.

Por ello, siempre que sea posible, le recomendamos que pague sus compras y gastos con su tarjeta de Cajasol, pues evitará comisiones, ganará seguridad y le permitirá poder consultar posteriormente los pagos realizados en el extracto mensual, obteniendo un mejor control de sus gastos.

También le recordamos que tiene a su disposición el Programa de Descuentos *Privilegios Euro* 6000, donde podrá acceder a ofertas muy interesantes que puede consultar en la web www.privilegioseuro6000.com, o si lo prefiere, en nuestra propia web www.cajasol.es.

Finalmente, en el dorso de esta carta, le indicamos la Tarifa en vigor para operaciones con tarjeta en cajeros automáticos y ventanillas de oficinas, así como las modificaciones de condiciones y comisiones que estarán en vigor a partir del día 1 de enero de 2011.

Reciba un cordial saludo.

(Firma)

Subdirector General Comercial

Oficina telefónica 901 21 48 48

www.cajasol.es

¿Qué observamos?

- Se utiliza la negrita para destacar lo novedoso, de manera que el cliente puede ir rápidamente a esa información para saber el objeto de la carta, que raras veces se lee desde el principio.
- La información aparece distribuida en párrafos breves y separados por amplios espacios en blanco.
- La disposición en la página es muy clara, de manera que no da sensación de un texto largo, que exija un esfuerzo al leerlo.



• Las fórmulas son corteses y convencionales: *Estimada/o cliente* (con el orden primero femenino, luego masculino, más acorde a las nuevas indicaciones sobre sexismo lingüístico, aunque lingüísticamente redundante), y una despedida también cortés, pero no ampulosa: *Reciba un cordial saludo.*

• Las secuencias son fundamentalmente expositivas, aunque también, en algún momento, puede insertarse una narración que apoye lo que se está exponiendo.

3.1.2 La carta administrativa

■ Un esquema similar sigue la carta administrativa, utilizada para la comunicación con fines burocráticos entre entidades (públicas o privadas) y particulares. El lenguaje suele ser genérico, cortés, a veces un poco ampuloso y distante. Se compone de secuencias descriptivas e instructivas.

■ Veamos un ejemplo:

Se comunica al Personal Docente Universitario y Personal de Administración y Servicios que desde el día 11 de enero de 2011 está abierto el plazo de inscripción para formar parte del Tribunal Único de la Prueba de Acceso a la Universidad 2011, convocatorias ordinaria y extraordinaria.

La fecha límite será el 18 de febrero de 2011.

La solicitud puede presentarla por alguna de las siguientes vías:

■ **Telemática**

Aquellos solicitantes que posean certificado digital de la FNMT o DNI electrónico podrán presentar su solicitud de forma telemática a través de ESTELA (Escritorio de Tramitación Electrónica de la Universidad de Sevilla), al que podrán acceder en la dirección http://estela.us.es/portal. Según el tipo de solicitante, cliquear en las pestañas «PAS», «PDI» u «Otros» (para Profesores de Secundaria). Nombre del procedimiento «SOLICITUD PARTICIPACIÓN EN TRIBUNAL PRUEBA DE ACCESO».

■ **Presencial**

En el Registro General o Registro General Auxiliar.

Los impresos se han enviado a todos los centros universitarios y servicios. De cualquier modo, puede descargar los impresos y convocatoria en la siguiente página http://saus.us.es/1.htm

Por favor, no responda a este correo.

(Secretariado de Acceso, 14-2-2011)

Estamos ante una circular, enviada por correo electrónico. No lleva encabezamiento y el estilo es impersonal. No ha utilizado el estilo personal («Estimado…»), porque va dirigida a varios cuerpos universitarios.

Las recomendaciones para que este tipo de escrito resulte eficaz desde el punto de vista comunicativo son las mismas que en el caso anterior de la carta comercial: exposición clara y visible, con frases no muy largas y uso de la cortesía (en este caso con fórmulas de distancia).

■ Veamos ahora el caso contrario: una comunicación enviada por un particular a una instancia administrativa. Imaginemos que tenemos que notificar a la Oficina del Catastro el cambio de titularidad de un inmueble. En la parte superior izquierda debemos poner nuestros datos y a la derecha los del destinatario (en este caso la Oficina del Catastro). En el cuerpo del texto debemos ser formales y breves, con claridad en la exposición:

Fulanito de Tal
c/ Málaga, 44
21004 Huelva

Gerencia Regional del Catastro
de Andalucía
Av. Innovación S/N, Edificio Convención
41071 Sevilla

Estimado Sr:

En referencia al inmueble xxxxxxxxxxxx situado en la Avda. Blanco Blanco número14, de Huelva, cuya referencia catastral es xxxxxxxxxxxxxxxxx.

Solicito un cambio de titular, debido al fallecimiento de la persona que hasta ahora aparecía como propietario de esa finca. Para ello, adjunto la documentación requerida (fotocopia del certificado de defunción, certificado de últimas voluntades, mi DNI, e informe de la notaría).

En Huelva, a 7 del 7 de 2000

Fulanito de Tal

3.1.3 El correo electrónico

■ La variante digital actual de la carta es el mensaje de **correo electrónico**. Tiene la ventaja de la inmediatez, por lo que las comunicaciones personales, institucionales y sociales se realizan cada vez más en este formato. También las instructivas y comerciales.

■ Pero el formato electrónico ha traído algunas modificaciones sobre el modelo tradicional de carta. La rapidez que implica y el

elevado número de mensajes que recibimos y tenemos que enviar ha llevado a descuidar su redacción, algo que debemos evitar.

■ Si la comunicación es comercial, institucional o social suele incluir lo siguiente:

• Saludo inicial y despedida final.

• Información expuesta de forma directa, con los datos muy claros (a veces de manera esquemática).

• Un documento anexo o un enlace electrónico *(link)* que permite acceder a información complementaria situada en otra dirección electrónica.

• En algunos casos incluye también una advertencia o instrucción por si la persona quiere ser eliminada de la lista de correos y no recibir más mensajes de la misma procedencia.

> Estimado cliente,
>
> En breve Renfe lanzará su nuevo programa de fidelización que sustituirá a la actual Tarjeta Club AVE. Con este programa premiamos la fidelidad de nuestros clientes que como Vd. confían en un servicio que garantiza la calidad y la puntualidad, un programa que a través de su Tarjeta Tempo distingue a nuestros clientes con un trato diferenciado, otorgándoles una mayor exclusividad y personalización.
>
> ■ **Tres categorías de tarjetas, tres maneras de agradecer su fidelidad:**
>
> 
>
>
> ■ **Disfrute de las Nuevas Ventajas:**
>
> – Obtención de puntos en todos los productos AVE - Larga Distancia.
>
> – Redención en todos los productos de Media Distancia y próximamente en Cercanías para tarjeta Tempo Especial y Máxima.
>
> – Si Vd. es poseedor de nuestra Tarjeta Renfe Visa podrá disfrutar de sus Europuntos en una única cuenta del programa Renfe Tempo.
>
> – Con sus puntos podrá abonar además del tren, servicios distintos, estancias en Paradores, alquiler de coches…



> EN BREVE RECIBIRÁ LA NUEVA TARJETA E INFORMACIÓN DE SUS VENTAJAS
>
> para más información *pinche aquí*

En este caso falta la despedida. El texto es cuidado, porque corresponde a una circular dirigida a todos los clientes que disponen de la tarjeta.

■ Una versión mucho más directa de la carta comercial sería este correo electrónico:

> Con la cercanía de la festividad, es el momento perfecto para anticipar sus compras *online*. Le presentamos una selección de productos. Asegúrese de que su pedido llega a tiempo y disfrute de las mejores ofertas.
>
> **Ver novedades**
>
> (www.flamenco-world.com)

Incluye un enlace a una selección de sus productos, los más recientes. No hay encabezamiento ni cierre. Es directa e instructiva, con clara dimensión argumentativa: marco argumentativo (cercanía de la festividad), argumentos fuertes (ofertas, llegar a tiempo, compras on-line, facilidad y comodidad…).

■ Cuando se trata de un mensaje personal, el escrito es mucho más directo, breve, y suele llevar algún elemento subjetivo:

> Hola, Raquel:
>
> Perdona que no te haya respondido antes. He tenido demasiado trabajo y no he podido mirar el artículo hasta hoy. Aquí te lo envío en anexo. Revísalo, por favor, e indícame las modificaciones que te parezcan necesarias.
>
> Nos vemos mañana. Un abrazo…

En este mensaje el remitente se disculpa, se dirige al otro con términos corteses *(por favor)* y se despide de forma cercana y cariñosa *(un abrazo)*.

3.1.4 Otros formatos electrónicos de comunicación personal: el SMS

■ El SMS, mensaje breve enviado a través del teléfono móvil, es mucho más directo e inmediato que el correo electrónico, pero su extensión está limitada a un reducido número de caracteres. Esto lleva a que no sólo se eliminen partes introductorias (saludo) o de cierre (despedida), sino que también se prescinda de elemen-

tos gráficos auxiliares (como la tilde o los signos de puntuación) o que se abrevien las palabras.

■ Veamos algunos ejemplos:

- Un SMS personal:

Estoy en Skype. Conéctate.

La de inglés me ha mandado un email con cuando (sic) empezamos, pero nada del essay. Entrego este y ya está, no?

- Uno comercial:

Cajasol informa que su clave de acceso a la Banca Electrónica Cajasol Directo es xxxxxxxxx. Podrá modificarla desde «Utilidades».

Como podemos observar, contienen solo la información básica. Son textos directos y concisos.

Pero también deben ser comprensibles y, además, hay que tener cuidado con los errores ortográficos porque luego tienen trascendencia en nuestra escritura. Podemos acortar, usar abreviaturas, pero no confundir grafías, ya que la escritura es un proceso de memoria visual y las «licencias» que se utilizan en los SMS están contaminando la escritura de otros textos, provocando una redacción incorrecta y con muchos errores. El que escribe no lo percibe, porque su imagen visual está viciada por la frecuencia creciente con que se recurre a este tipo de mensajes.

§ 3.2 La instancia

■ Es el modelo de documento administrativo por excelencia, al que muchas veces tenemos que recurrir para cursar una solicitud o realizar cualquier trámite. Su estructura es la siguiente:

- Encabezamiento, dirigido al responsable administrativo ante el que se realiza el trámite.
- Datos del solicitante.
- Motivos de la solicitud (EXPONE…).
- Petición que se cursa ante el organismo (SOLICITA…).
- Despedida: fórmulas de cortesía y saludos protocolarios.
- Lugar, fecha, firma.
- Datos del organismo al que va dirigida, en mayúsculas.

■ Es decir:

EXCMO. /ILMO. Sr./Sra. (director, presidente…)

(Nombre y apellidos), nacido en (población), el día…, con DNI.., y domicilio en….

EXPONE: que… (motivos de la solicitud)

SOLICITA: que… (petición concreta que se hace a ese organismo)

Lugar, fecha

Firma

ORGANISMO, UNIDAD, INSTITUCIÓN o AUTORIDAD

■ Veamos un ejemplo:

Ilmo. Sr. Concejal de Urbanismo

Antonio Jiménez Castro, nacido en Madrid, con DNI 000000-Y y domicilio en Calle de la Esquina, número 20.

EXPONE: que anejo a su edificio se están realizando obras desde hace un mes. Estas obras no cumplen con las mínimas medidas de seguridad, invaden la acera, lo que impide el paso de los peatones que tienen que bajarse de la misma, invadiendo la calzada. Esto supone un grave riesgo para su seguridad. Todos los vecinos estamos afectados y no ha habido ninguna actuación del Ayuntamiento en este sentido.

SOLICITA: que sea supervisada por esa Concejalía dicha obra y se les obligue a habilitar un espacio para el tránsito de los peatones.

Madrid, 14 de enero de 2010.

ILMO. SR. CONCEJAL DE URBANISMO. AYUNTAMIENTO DE MADRID.

La solicitud está expuesta con claridad, y también están bien argumentadas tanto su necesidad como su oportunidad.

§ 3.3 El acta

■ Como miembro de una comunidad de vecinos, o de un grupo profesional, nos vemos a veces en la necesidad de levantar acta de una reunión. Es decir, redactar un escrito que documente lo sucedido en un acto de un grupo social establecido, ya sea una comunidad de vecinos, una asociación, una empresa… El encargado

de redactarla es el secretario designado al efecto. Puede hacerse en folios independientes, que luego se adjuntan al acta oficial. Si hay anexos, deben ir numerados. Debe recogerse todo lo tratado siguiendo un orden lógico.

■ Se trata de un texto con una estructura prefijada:

- Título.
- Datos de la sesión: lugar, fecha y hora.
- Asistencia (relación de asistentes, ausentes y representados).
- Orden del día, presentado en forma de lista.
- Desarrollo: temas tratados, acuerdos tomados.
- Cierre *(Sin más asuntos que tratar, el presidente levanta la sesión de la que, como secretario, doy fe).*
- Firmas del presidente y del secretario.

■ Veamos un ejemplo:

ACTA DE LA JUNTA GENERAL ORDINARIA
CELEBRADA EL DIA 23 DE FEBRERO DE 2010

En la ciudad de Sevilla a veintitrés de febrero de dos mil diez en el portal de entrada del propio edificio y siendo las 20.00 horas, en segunda convocatoria, se reúne en Junta General Ordinaria, la comunidad de propietarios calle x, n.º 00, convocada por la presidenta de la misma, D.ª XY.

Asisten a la Junta General (lista de asistentes, ausentes y representados)

El resto de los copropietarios han sido convocados a la presente Junta mediante el envío de la convocatoria por correo ordinario o electrónico, sin que hayan justificado su falta de asistencia ni delegado su voto en cualquier otro copropietario.

Abierta la Junta, se da lectura al Orden del Día de la misma, que es el siguiente:

1.- […]

2.- […]

3.- […]

Primero. Toma la palabra el Sr. AB en relación con el estado de cuentas correspondiente al cuarto trimestre del ejercicio 2009. Da por reproducido el mismo y conocido por los vecinos. Ante la ausencia de objeciones, se da por aprobado. Se presupuesta un incremento del 5% en las cuentas para atender las necesidades surgidas en relación con la electricidad.

Segundo. En relación con el mantenimiento de las plantas del interior del edificio y como quiera que este tema ya se ha tratado en Juntas Generales anteriores, el Sr. AB indica, siguiendo el criterio de la mayoría de los asistentes, que sería necesario que todos los propietarios colaboren con esta tarea. Se decide el siguiente turno: xxx.

Tercero. […]

Y no habiendo más asuntos que tratar, se da por terminada la Junta, siendo las 21.00 horas de la noche, de la que como secretario-administrador doy fe.

3.4 La nota biográfica

■ Otro texto que a veces necesitamos elaborar en nuestra actividad laboral es la nota biográfica —o autobiográfica, en el caso de que contenga información sobre nosotros mismos—. Se requiere en una entrevista, en la presentación de una persona o de un trabajo realizado (un libro, un disco, un proyecto, una exposición, un concierto…), como ejercicio escolar, etc. Su extensión varía según el destino al que va dirigida dicha nota.

■ Este tipo de texto consiste en una descripción de la historia personal o profesional de una persona, por lo que mezclará narración y descripción. Podemos hacer que domine una u otra.

Puede seguir un orden cronológico:

Juan XX empieza a tocar el piano a los 5 años en casa de su abuelo, el prestigioso Fran XY. Estudia en el Conservatorio de su ciudad natal con el conocido concertista Genaro Z. Gana el premio Paloma con 18 años y eso lo consagra como concertista. A partir de este momento su vida transcurre entre aeropuertos y auditorios internacionales, donde ha conseguido los mayores éxitos de público. Ha publicado ya 5 Cds y proyecta con Deutsche Gramophon una integral de Beethoven.

O presentarse como una descripción de cualidades, títulos, capacidades, o enumeración de logros y méritos, cargos o tareas profesionales desempeñados, etc.:

Fulanito de Tal es el principal icono de la moda española de vanguardia. Sus creaciones llenan las pasarelas de Milán, Nueva York y París, y son disputadas por las actrices más famosas del momento. La revista Vogue lo incluyó entre los cien personajes más influyentes del mundo. Su página web es continuamente consultada y muchos imitan, o intentan imitar, sus prendas más famosas: los trajes de baño. Vive atrapado por la necesidad de afrontar continuos desafíos, guiado por su intuición y una inteligencia natural. Es el mejor embajador de España en el plano creativo.

■ Lo importante es la claridad en la exposición. Tengamos en cuenta que nuestro fin es que el lector quede perfectamente informado de las capacidades de la persona aludida. Para ello, es aconsejable utilizar la enumeración, hacer pausas, no construir frases muy largas, y dar solo la información esencial, con los datos muy seleccionados y concretos. Tengamos cuidado de resaltar aquello que nos interesa más. Para ello, pongámoslo en lugar destacado. Por ejemplo, si es para un trabajo en una empresa privada, conviene resaltar la experiencia en el mundo laboral. Si es para la Universidad, es mejor detenerse en la experiencia investigadora.

Veamos la siguiente «bionota» presentada por un periodista que accede a un puesto de trabajo en una gran empresa de comunicación:

Felipe XX es licenciado en Ciencias de la Comunicación desde el año 2004. Su formación es altamente especializada, y con experiencia internacional. Ha estudiado en España, pero también ha realizado un máster en EEUU. Ha trabajado de la mano de periodistas prestigiosos en TVE, El País y la BBC. Muchos de sus reportajes han recibido premios internacionales y ha sido considerado como «un periodista sagaz, y una promesa de la comunicación», por la prestigiosa revista *AAA*.

3.5 El anuncio publicitario

■ Evidentemente, nosotros no somos publicistas, no somos expertos en la materia, pero hay una serie de normas que caracterizan la redacción de este tipo de texto y debemos conocer si vamos a componer un anuncio para promocionar nuestra empresa u ofrecer nuestros servicios:

- Poner solo la información fundamental. Por tanto, concisión.

- Ordenar las informaciones según un criterio de novedad y atractivo para el oyente. Debemos ofrecer al principio lo más destacado, lo más sugerente o el argumento más fuerte.
- Jugar con los tipos de letra, insertar imágenes.
- Usar la subjetividad: la emoción (con oraciones exclamativas), la apelación al receptor (con oraciones interrogativas).
- Focalizar ciertas informaciones. Para ello, se usan a veces elementos como *solo, hasta, incluso, precisamente, justamente, justo…*
- Recurrir a la novedad: *ahora, ya…*
- Marcar claramente la conclusión a la que queremos llevar al receptor, ya sea con la disposición en la página o con conectores.
- Adecuar el lenguaje al tipo de receptor al que va dirigido. Usar la cortesía adecuada y el registro oportuno. Por ejemplo, para cremas antiarrugas quizás no sea bueno el tratar de usted, sino enfatizar lo juvenil.
- Evitar los *topoi* y los estereotipos que se invocan. Pueden ser inadecuados, incluso resultar ofensivos.



■ Compongamos un anuncio. Empecemos por algo sencillo, un «anuncio por palabras«. Este tipo de textos tiene limitada la extensión, por lo que debemos elegir muy bien los términos. Supongamos que quiero vender mi piso y obtener un buen precio:

Magnífico piso en el centro de la ciudad. Aparcamiento privado. Mucha luz. Lugar tranquilo y buen ambiente.

Hemos optado por evaluaciones positivas en posición antepuesta, fundamentalmente.

■ Pero también puede ser que queramos promocionar nuestro negocio recurriendo a medios más elaborados:

MUJER: Este domingo me apetece comer fuera.

HOMBRE: Pero estamos un poco justitos…

MUJER: No importa, conozco un sitio estupendo que acaban de inaugurar. Podemos ir con la familia y comemos por menos de 6 euros. ¿Fantástico, eh? Me lo han dicho en la oficina. Marisa suele ir con su gente.

HOMBRE: Bueno, probemos.

En pleno centro de la ciudad

Comida casera, variada

Buen ambiente

Mejores precios

No cocine hoy. Nosotros lo hacemos por usted

EL ASADOR

c/ Alcoba, 17

El texto se abre con una secuencia dialogada, con personajes, como ejemplo de una situación comunicativa con la que el receptor puede sentirse identificado. Es la voz de otros la que recrea una situación. Se trata, por tanto, de un texto muy elaborado. Formalmente puede estar pensado para ser representado mediante viñetas, o bien para ser utilizado como guion para una cuña de radio o un *spot* publicitario.

En este diálogo hay descripción, argumentación *(un poco justitos* que lleva a la conclusión «No podemos ir»). Y *me apetece, un sitio estupendo, podemos ir con la familia, menos de 6 euros,* que son argumentos a favor de ir. Un argumento de autoridad: *me lo han dicho en la oficina, y Marisa suele ir.*

La secuencia dialogada va seguida de una secuencia descriptiva en la que se presentan las características del restaurante evaluadas positivamente, es decir, mediante una orientación argumentativa clara: *pleno (centro), (comida) casera, variada, buen (ambiente), mejores (precios).* Y una minisecuencia instruccional: *No cocine hoy.*

Se trata de un texto tipo. El receptor sería una familia tradicional. Si queremos ser más innovadores deberemos cambiar a los personajes (pareja heterosexual convencional) y usar otro modelo de familia. Todo depende de nuestro objetivo de *marketing.*

■ Si el formato no nos permite incluir la secuencia dialogada, tendremos que reducir el anuncio a la segunda parte. En este caso habría que introducir el mensaje mediante una frase interrogativa que plantee el marco argumentativo y sirva de reclamo:

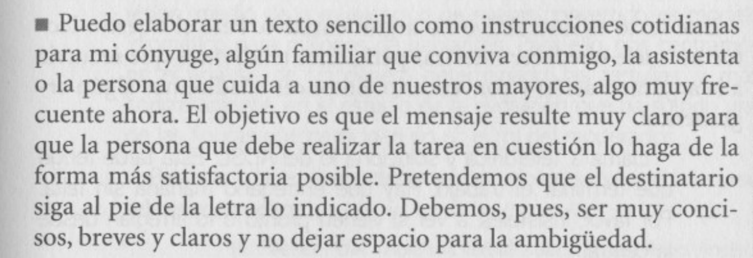
¿Estás harto (harta) de cocinar?

¿Te apetece salir fuera, hacer algo distinto?

O bien:

No te quedes hoy en la cocina.

Ven a pasar un rato agradable con tu familia, por un precio de risa (¡menos de 6 euros por persona!).



3.6 La instrucción

■ Puedo elaborar un texto sencillo como instrucciones cotidianas para mi cónyuge, algún familiar que conviva conmigo, la asistenta o la persona que cuida a uno de nuestros mayores, algo muy frecuente ahora. El objetivo es que el mensaje resulte muy claro para que la persona que debe realizar la tarea en cuestión lo haga de la forma más satisfactoria posible. Pretendemos que el destinatario siga al pie de la letra lo indicado. Debemos, pues, ser muy concisos, breves y claros y no dejar espacio para la ambigüedad.

■ El tono variará según nuestra relación con el receptor. Usaremos imperativos si estamos en una relación de poder o de gran confianza, y formas menos directas con el consejo, la recomendación, o el ruego, si hay distancia con el receptor pero no jerarquía de poder.

■ Podemos optar por una fórmula intermedia, como una enumeración o «lista de tareas», usando el infinitivo:

– Lavarlo en la cama y secarlo con cuidado. Poner crema hidratante.

– Cambiar toda la ropa de cama.

– Levantarlo a las 9,30 de la mañana.

– Preparar un desayuno compuesto de:

  – Un zumo natural, con naranjas recién exprimidas (hay en el armario de la derecha).

  – Un tazón de leche con un poco de café descafeinado.

  – Una cucharada de azúcar.

  – Una magdalena, cortada en pequeños trozos.

– Ayudarlo a comer. Sin prisas. Que se tome su tiempo.

– Retirar el servicio y poner en el lavaplatos.

– Arreglar su habitación y dejar que se airee durante, al menos, una hora.

– Sacarlo a dar un paseo durante unos 40 minutos si está bien el tiempo. Abrigarlo suficientemente. Puede(s) coger una manta del cajón derecho del armario, para las piernas, si hace aire o un poco de frío.

■ Si, por el contrario, nuestro mensaje es breve e inmediato, nos bastará con una nota pegada en el frigorífico o en el televisor:



Llama a Telefónica y soluciona lo del ADSL. La comida está en el horno.

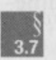
Este texto es instructivo no argumentativo. Pero si nuestro lector no suele obedecer nuestras peticiones tendremos que recurrir a la argumentación y convencerlo. Entonces añadiremos algún argumento:

Llama a Telefónica y soluciona lo del ADSL: Esta tarde tengo que terminar el trabajo. Hay que entregarlo mañana sin falta. Por favor, insísteles, a ver si vienen pronto o lo arreglan desde la central.

La comida está en el horno.

Un beso. Gracias por ser tan bueno.

El último argumento es subliminal, utiliza la emoción para convencer.



3.7 El resumen

■ Son diversas las situaciones en que tenemos que hacer un resumen de una conferencia, de un proyecto, de un trabajo… Para elaborarlo debemos tener en cuenta algo clave: debe ser breve, claro y objetivo. Debe reunir las ideas fundamentales, los argumentos básicos y la conclusión. Si se trata de un producto, debemos incluir sus características fundamentales, si es una idea, las novedades de la misma. Si es una película, la trama y los actores y director. Si es un libro o un espectáculo, de qué trata y cuáles son los personajes o partes principales.

■ Por ejemplo, el resumen de un artículo científico debe contener las ideas básicas, la metodología aplicada y los resultados obtenidos:

En los últimos años, el medio televisivo, movido por el deseo de obtener una mayor rentabilidad económica, ha potenciado el empleo de un discurso caracterizado por su mayor coloquialidad y por la presencia de un mayor número de elementos verbales descorteses. Las leyes del mercado dictan que los mensajes emitidos se moldeen de forma que puedan ser comprendidos por una amplia capa de la sociedad y que, además, capten la atención del telespectador por medio de la transgresión de lo considerado socialmente adecuado. Nuestro objetivo, a lo largo de estas páginas, consiste en indagar en el segundo de estos aspectos, es decir, en las causas y posibles consecuencias que posee este aumento de la descortesía y violencia verbal en televisión, medio de comunicación de masas convertido en modelo idiomático para millones de hablantes. Para ello, nos centramos en el análisis de un género determinado, las tertulias, y, más concretamente, en el estudio de la evolución que ha sufrido una de las figuras que participan en él: el rol del moderador.

Palabras clave: descortesía verbal, violencia verbal, discurso televisivo, moderador.

(E. Brenes Peña, «Violencia verbal y discurso televisivo. Análisis pragmalingüístico de la figura del moderador-excitador», *Discurso y Sociedad*, 4/4, 2010, pág. 706)

■ El resumen de un libro contiene la trama básica y una valoración del escritor:

Entre los grandes escritores del siglo XIX, Lev Nicoláievich Tolstói (1828-1910) ha sido calificado como «genio único, sin equivalente en ningún otro país». Aparecida en su versión definitiva en 1877, *Ana Karenina* es la obra más ambiciosa y de mayor trascendencia del escritor ruso, una novela de corte realista y psicológico que describe con enorme agudeza la sociedad rusa de la época a la vez que plantea una feroz crítica hacia la aristocracia en declive, su falta de valores y la cruel hipocresía imperante.

La culpa, la redención, la búsqueda del bien y la caída en el pecado, el rechazo social y el trastorno interno que dicho rechazo provoca en quien lo padece… Todos estos temas aparecen magistralmente engarzados en *Ana Karenina*, una obra clave de la literatura universal cuya lectura sigue siendo imprescindible.

(Contracubierta de *Ana Karenina*, de L. N. Tolstói, Austral, edición conmemorativa, 2010)

■ Otro modelo textual es la *reseña crítica*, en la que al resumen anterior hay que añadir la evaluación que nos merece. Pero también debe estar expresada con claridad, sin léxico complejo, ni frases ampulosas. Un ejemplo de ello puede ser la siguiente reseña de la película *Obsesión criminal*.

Obsesión criminal (Anamorph) - Reseña crítica

Reseña crítica por José Ubillus

Willem Dafoe es garantía de actuación en cualquier obra cinematográfica y seguramente su figuración en un reparto atrae al



cinéfilo y mucho más cuando es el protagonista principal, pero lamentablemente ni siquiera su participación como el detective Stan en *Obsesión Criminal* salva este aparente film policiaco.

A pesar que desde el inicio se intenta crear la intriga y el suspenso propios de este género, los vacíos argumentales de *Anamorph* (título original de la película) no lo permiten. Además las actuaciones, guión y fotografía son muy limitados y tal vez el término adecuado para ellos sean modestos sin contar que su desarrollo es lento y el final, débil.

Stan es un detective que cree haber resuelto el caso de un asesino en serie, quien con su mente perturbada se considera artista. A través de pinturas, pantógrafos, perspectivas y llamadas telefónicas, desea demostrar que se encuentra vigente para continuar con su cadena de víctimas y su estilo de macabro carnicero.

El director, Henry S. Miller, presenta un rompecabezas con hechos tan confusos como los restos humanos que se encuentran. La cinta se vuelve monótona y no atrapa al público que espera algo de acción inusitada o mayor claridad de la historia, pero todo se diluye como los recuerdos del atormentado detective que se ayuda con licor para intentar solucionar sus perturbaciones.

Generosamente se puede calificar esta película como mediocre en todo aspecto y lo deseable es que pronto sea eliminada de cartelera para no seguir defraudando a más espectadores.

[…]

Sinopsis

Stan Aubrey es un policía veterano que investiga a un asesino en serie que podría ser un imitador de otro famoso asesino que Stan mató hace cinco años. A medida que los asesinatos continúan, su compañero Carl Unger comienza a sospechar que quizás Stan no hizo bien su trabajo.

(José Ubillus, en www.cinevistablog.com/obsesion-criminal-anamorph-resena-critica/)

■ En la reseña científica, por su parte, hay una estructura prefijada: anotación bibliográfica, resumen detallado de lo que trata cada artículo, con una evaluación final de lo que supone en la historia de la ciencia, o de la metodología en la que se inscribe la obra comentada. Debemos situarla dentro de la producción bibliográfica

de su autor y dentro de la materia en la que se inscribe. Su extensión suele oscilar entre dos y cuatro páginas.

§ 3.8 Los textos electrónicos

■ Hoy en día toda la gestión se hace por vía electrónica. Se nos pide que enviemos nuestras reclamaciones, que realicemos nuestros trámites a través de la página web. Esto nos plantea el gran reto de adaptar nuestros escritos al nuevo medio.

■ Incluso en nuestro trabajo, en las comunicaciones a congresos, en las intervenciones en nuestra empresa, hemos pasado de dejar un informe escrito que el jefe lee, a hacer una presentación digital, que explicamos o leemos. Pero originalmente es un texto escrito.

■ La pantalla, lo visual, nos ofrece unas posibilidades que el texto estándar escrito no tiene. Debemos aprovecharlas y no caer en los errores o trampas que el escaso dominio de la tecnología pueda provocar. La situación actual es confusa, estamos en un momento de transición, de adaptación al nuevo medio. Esto provoca cierta inseguridad, y genera textos no totalmente correctos, donde el hibridismo desdibuja sus límites.

■ Uno de los formatos más utilizados es la presentación en PowerPoint, medio preferido hoy para los textos técnicos, y también científicos y administrativos. Generalmente viene a ser un apoyo en pantalla para una exposición oral. En realidad se trata del resumen de un texto escrito, presentado de forma didáctica para ser seguido por los oyentes/asistentes a la presentación.

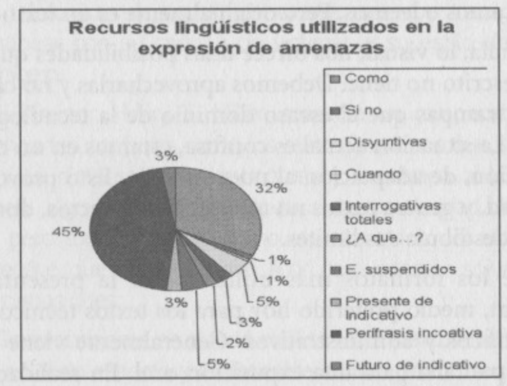
- Debemos tener en cuenta que es un guion, un resumen de las ideas clave que se van a exponer y comentar a lo largo de la exposición. Nunca hemos de limitarnos a leerlo, sino que la labor del locutor consiste en construir su presentación sobre los puntos que aparecen expuestos en la pantalla. La imagen de lo escrito sirve a modo de apoyo para el orador, y de esquema y recuerdo visual de los principales puntos de la exposición para los asistentes a la misma.
- Plantearlo como un resumen-guion significa que debe contener los datos fundamentales, pero de forma esquemática. La presentación debe ser visualmente agradable, con separaciones suficientes, para que cada párrafo contenga un fragmento de información pequeño. No debe haber términos superfluos, ni conectores innecesarios, solo las palabras clave. Sí podemos



incorporar citas que consideremos importantes para dar información sobre la trascendencia de lo dicho, sobre el origen de las afirmaciones, o para presentarlo como argumento de autoridad, que respalde nuestras afirmaciones.

• Es bueno utilizar guiones, flechas, símbolos visuales que establezcan el orden y la función en la argumentación. También es aconsejable combinar diferentes tipos de letra. Este formato nos permite, asimismo, incorporar imágenes, lo que redunda en la comprehensión y atractivo del mismo.

• Todos estos recursos deben usarse de forma didáctica, con mesura, lo que redundará en beneficio del receptor, y hará de nuestra presentación un éxito.



(E. Brenes, «Expresiones amenazantes en el lenguaje juvenil», II International Conference Spanish at work, Swansea, Gales, marzo 2008»)

En esta diapositiva, E. Brenes presenta en un diagrama los diferentes recursos lingüísticos empleados en su corpus para expresar amenazas. Al mismo tiempo, los porcentajes obtenidos nos indican su representatividad. Visualmente es atractivo y se capta rápidamente la información.

■ También podemos redactar escritos aprovechando las oportunidades que nos ofrece la web: insertar en un trabajo textos visuales, audiovisuales, a través del enlace a una página web, que se convierte en una base de datos magnífica…

■ Otra opción es redactar un ***blog***, donde debemos organizar el espacio, hacerlo atractivo. Usar colores, imágenes, simultaneidad de informaciones, con un índice claro, desplegable y accesible. Véase, por ejemplo: http://blogs.20minutos.es/nilibreniocupado/2007/11/27/nilibreniocupado-segaan-juan-josao-millaas/.



■ Por último, solemos intervenir en diversas páginas a través de **comentarios.** Hoy son muy frecuentes en las páginas de periódicos, comentando las noticias, en los *blogs,* o en las páginas comerciales. Estos comentarios sirven a la propia empresa, como forma de evaluación de su oferta o de sus productos, pero también como información para otros clientes y, por tanto, como publicidad. En este tipo de textos abundan las formas evaluativas, tanto positivas como negativas.

Veamos algunos ejemplos.

• El primero es un comentario sobre un hotel, incluido en la página web de una conocida cadena hotelera:

> **«Habitacion estupenda, un gran 4 estrellas»**
>
> Se trata de un hotel que visto por fuera parece poco apetecible, porque parece un edifico viejo, pero la verdad es que interiormente es completamente nuevo y muy bonito.
>
> Las habitaciones son amplisimas y comodisimas, nosotros estuvimos en la basica y teniamos una supercama de 2x2. Ademas tienen doble puerta que separa la habitacion de la entrada, para que resulten mas silenciosas.
>
> El servicio es muy bueno.
>
> El desayuno y parking correctos.
>
> Como inconveniente le pondria que el aislamiento de las ventanas es malo, nosotros estabamos en un piso alto y se oia un poco el camion de la recogida de basuras , asi que me imagino que en los pisos bajos es peor.
>
> (www.tripadvisor.es/ShowUserReviews-g187443-d236135-r92368207-Melia_Sevilla-Seville_Andalusia.html#CHECK_RATES_CONT)

Este texto incluye una parte narrativa *(nosotros estuvimos en la básica y teníamos una supercama de 2 x 2),* dentro de la descripción, que es lo predominante. Además, todo el texto tiene un fin persuasivo, ya que pretende convencernos de que nos alojemos en ese hotel.

• El siguiente es un comentario a una noticia periodística publicada en un periódico digital:

> **xxx** - 29-01-2011 - 09:29:02h
>
> El derecho a tener armas en EEUU esta en la constitución de su país. Por tanto Obama tiene poco que hacer en ese terreno. Tendría que modificar la constitución de su país para poder limitar el derecho a tener un arma, cosa que se me antoja imposi-

> ble, en un país donde cualquier enmienda a la constitución tiene un proceso muy complicado hasta su aprobación. Lo que está bastante claro que si no tienes un arma será mucho más difícil cometer crímenes en masa como Columbine y otras matanzas habidas en EEUU.
>
> (www.elpais.com/articulo/internacional/Casa/Blanca/pretende/endurecer/control/armas/elpepuint/20110129elpepuint_4/Tes)

No son textos cuidados. En ambos ejemplos la redacción es algo deficiente: observamos algunos errores gráficos, erratas, faltas de acentos, etc, que deberían solventarse.

Para concluir, recuerda estos consejos, o hábitos saludables:

- **El texto debe cumplir el objetivo comunicativo que te has propuesto.**
- **Ten en cuenta al receptor. Una vez escrito, perdemos el control del texto y es el lector el que se hace dueño de él.**
- **Sé claro.**
- **Utiliza la lengua con propiedad, emplea todos sus mecanismos. Todo se puede escribir, pero debemos asumir la responsabilidad de cada afirmación.**
- **Divide el texto en párrafos, para que llegue toda la información y adécualo al formato discursivo que hayas elegido.**
- **Recuerda que el escrito es un objeto visual: cuida la presentación en la página.**
- **Revisa siempre: léelo en voz alta o déjaselo a algún compañero para que lo haga.**